

АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ
КАФЕДРА ПЕРЕВОДА И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

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

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель:
кандидат филологических наук, доцент
Е.О. Менджерицкая

Благовещенск – 2015

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ДИСКУРСА СМИ.....	11
1.1. Дискурс как объект лингвистического исследования.....	11
1.2. Дискурс СМИ в функциональном и когнитивном аспектах.....	20
1.3. Медийная картина мира и дискурс СМИ.....	39
Выводы.....	50
ГЛАВА 2. СЕТЕВОЙ НОВОСТНОЙ ТЕКСТ В ДИСКУРСИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ИНТЕРНЕТ-ГАЗЕТЫ.....	52
2.1. Коммуникативные параметры Интернет-газеты как фактор тексто- построения.....	52
2.2. Сетевой новостной текст как тип медиатекста.....	60
2.3. Соотношение новостного текста печатных и Интернет-газет.....	70
Выводы.....	77
ГЛАВА 3. ДИСКУРСИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ В СЕТЕВОМ НОВОСТНОМ ТЕКСТЕ БРИТАНСКИХ СМИ	79
3.1. Представление информации в тексте как стратегический процесс...	79
3.2. Модель представления информации в сетевом новостном тексте.....	91
3.3. Дискурсивные стратегии представления фактуальной информа- ции.....	94
3.3.1. Стратегия поэтапного развертывания содержания.....	94
3.3.2. Стратегия деперсонализации информации.....	113
3.4. Дискурсивные стратегии представления концептуальной информа- ции.....	119
3.4.1. Стратегия интерпретации информации.....	119
3.4.2. Стратегия формирования общественного мнения.....	126
Выводы.....	139
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	143
Литература.....	149
Список использованных сокращений.....	169
Список использованных источников.....	170

ВВЕДЕНИЕ

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 особый – 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 выходят на первый план. Языковая составляющая текста связывается с экстралингвистическими параметрами, определяющими процессы его создания, реализации и восприятия. В связи с этим анализ текста осуществляется в русле дискурсивных исследований, где текст рассматривается в качестве продукта дискурса, представляющего собой процесс языковой деятельности, осуществляющейся в реальном времени в определенных коммуникативных условиях с заданной целью (интенцией)¹.

Данная работа выполнена в русле когнитивно-дискурсивной парадигмы лингвистических исследований. В основу парадигмы положена мысль о взаимосвязи коммуникативной деятельности, языковой составляющей которой

¹ Кубрякова Е. С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа // Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональные и структурные аспекты: Сб. обзоров. – М.: ИНИОН РАН, 2000. – С. 12.

является построение дискурса с когнитивными структурами и механизмами вербализации знания об окружающей действительности². Массовая коммуникация рассматривается как сфера когнитивно-речевого взаимодействия авторов медиатекстов и массовой аудитории. Представление информации в дискурсе СМИ при этом следует определять как процесс производства текстов, в ходе которого автор объективирует знания и представления о новостном событии, руководствуясь параметрами коммуникативного контекста, который включает цель коммуникации, характер адресата, условия текстопостроения в данном виде средств массовой коммуникации и функциональный тип текста.

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. Тертычны й, 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

² Лузина Л. Г. О когнитивно-дискурсивной парадигме лингвистического знания // Парадигмы научного знания в современной лингвистике: Сб. науч. трудов / РАН ИНИОН. Центр гуманит. науч.-информ. исслед. Отд. языкознания; Редкол.: Кубрякова Е. С., Лузина Л. Г. и др. – М., 2008. – С. 42.

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

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

1) обобщить существующие в науке подходы к определению понятия «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 связано с многоаспектностью языка СМИ³. Все многообразие существующих подходов к изучению языка СМИ обусловлено междисциплинарной направленностью такого рода исследований, объединенных сформировавшимся в последнее десятилетие направление медиалингвистики⁴.

Для решения поставленных цели и задач в работе используются следующие **методы исследования**: описательный метод, метод обобщения и

³ 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.

⁴ 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.

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 работы 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 выявления ментальной модели построения текста данного вида, хранящейся в памяти автора-журналиста и используемой им в процессе текстопорождения.

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

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 подачи 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 це-

лью демонстрации современного речеупотребления. 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 полевою структуру, состоящую из ядра, околоядерной зоны и периферии. Ядро, то есть облигаторную 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 перевода 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 176 источников и 108 статей, послуживших материалом исследования.

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

В *Главе I* («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 главе описываются основные характеристики дискурса СМИ и его участие в формировании медийной картины мира как когнитив-

ной сферы бытования знаний и мнений об окружающей действительности, складывающихся в результате деятельности СМИ.

В *Главе II* («Новостной текст в дискурсивном пространстве Интернет-газеты») коммуникативные условия британских Интернет-газет рассматриваются в качестве фактора, определяющего принципы текстопостроения. В результате анализа типологических формально-содержательных характеристик новостного текста Интернет-газет (сетевого новостного текста) определяется структура текста данного типа.

В результате исследования новостных текстов печатных и Интернет-газет устанавливается тот факт, что сетевой новостной текст сохраняет базовые параметры своего печатного прототипа, а также приобретает новые формально-содержательные характеристики, обусловленные дискурсивным пространством Интернет-газеты. Делается вывод о том, что конвенциональная структура новостного текста в совокупности с особенностями коммуникативной среды, опосредованной Интернет-газетой, определяют набор дискурсивных стратегий представления информации в сетевом новостном тексте.

В *Главе III* («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 вербализации содержания. Построение текста осуществляется автором-журналистом на основе имеющейся в его сознании модели, включающей знание о некотором событии и о дискурсивных стратегиях представления информации в сетевом новостном тексте.

В *Заключении* обобщаются результаты проведенного исследования.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ДИСКУРСА СМИ

1.1. Дискурс как объект лингвистического исследования

Дискурс является одним из центральных понятий современной лингвистики, однако он не имеет в современной науке о языке общепринятого толкования.

Впервые термин «дискурс» был применен в 1952 году З. Харрисом в статье «Discourse Analysis», в которой устанавливался факт возможности применения дистрибутивного анализа как метода исследования синтагматических отношений между элементами языка для описания крупных языковых единиц – сверхфразовых единств, реализующихся в широком речевом контексте. Анализ дискурса, согласно З. Харрису, – это метод исследования связной речи, где важную роль в построении текста и дистрибуции его элементов относительно друг друга играет ситуация говорения⁵. С данной работой исследователи связывают становление анализа дискурса как самостоятельной лингвистической дисциплины.

В 1971 г. понятие дискурса было использовано Ю. Хабермасом для обозначения коммуникации, отличающейся нормированностью речеупотребления. Сложившиеся в обществе правила общения в определенной сфере, а также имеющиеся в распоряжении коммуникантов ресурсы данного языка, в сумме составляющие коммуникативную компетенцию индивида, определяют способы формулирования высказываний в рамках дискурса. Соблюдение всех дискурсивных требований в процессе построения предложений и представления высказываний обеспечивает достижение основной цели коммуникации – понимания, «консенсуса» в дискуссии⁶. Иными словами, Ю. Хабермас рассматривал дискурс как универсальный принцип организации общественной

⁵ Демьянков В. З. Доминирующие лингвистические теории в конце XX века // Язык и наука конца 20 века. - М.: Институт языкознания РАН, 1995. – С. 280 – 281.

⁶ См.: Кужелева-Саган И. П. Ресурсы теории коммуникативного действия Ю. Хабермаса в понимании механизма сосуществования конкурирующих философских и научных парадигм // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. – 2006. – Вып. № 8 (63). – С. 142 – 149.

интеракции, основанной на общности ценностей, норм и правил жизни в социуме для всех его представителей.

Считаем возможным ограничиться в данном случае двумя подходами к определению понятия «дискурс», характерными для западной лингвистической мысли в целом, поскольку они уже в достаточной степени демонстрируют тенденцию к синтезу науки о языке и науки об обществе, что, в свою очередь, позволяет объединить языковой аспект коммуникации с социальными факторами общения.

Что касается отечественной науки, то здесь понятие дискурса используется прежде всего для описания языковых явлений. В 50-х годах XX века возрос интерес исследователей к изучению связной речи, возникла необходимость введения термина, обозначающего единицу выше уровня высказывания. Термин «дискурс» оказался вполне соответствующим определению явлений выше уровня предложения и был применен для лингвистического описания соответствующих языковых единиц.⁷

В дальнейшем происходило расширение семантики термина «дискурс», который определялся как 1) совокупность взаимосвязанных текстов (с позиций лингвистики текста)⁸; 2) совокупность высказываний, находящихся в смысловой и функциональной связи (формально-функциональный подход)⁹; 3) обмен информацией и воздействие высказывания на его получателя (прагматический подход)¹⁰; 4) обусловленная функцией общения речевая актуализация единиц языка (функциональный подход)¹¹; 5) высказывание, опосре-

⁷ В 1976 г. В. А. Звегинцев использовал термин «дискурс» для обозначения «связной речи», «двух или нескольких предложений, находящихся друг с другом в смысловой связи» (Звегинцев В. А. Предложение и его отношение к языку. – М. : Едиториал УРСС, 2001. – С. 170).

⁸ Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику. – М. : Издательство ЛКИ, 2007. – С. 111.

⁹ Борботько В. Г. Принципы формирования дискурса: От психолингвистики к лингвосинергетике. – М. : КомКнига, 2006. – С 5. См. также: Shiffrin D. Approaches to Discourse. - Oxford, Cambridge, Mass., 1994. – 470 p.

¹⁰ Робен, Р. Анализ дискурса на стыке лингвистики и гуманитарных наук: вечное недоразумение // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса: Пер. с фр. И португ. / Общ. ред. и вступ. ст. П. Серио; предисл. Ю. С. Степанова. – М. : ОАО ИГ «Прогресс», 1999. – С. 186.

¹¹ См.: Кибрик А. А. Функционализм и дискурсивно ориентированные исследования // Фундаментальные направления современной американской лингвистики. Сборник обзоров / Под ред. А. А. Кибрика, И. М. Кобозевой, И. А. Секреиной. – М. : Изд-во МГУ, 1997. – С. 307 – 323.

дующее социокультурное взаимодействие¹², один из аспектов социальной практики¹³ (социолингвистический подход).

Приведенные трактовки понятия «дискурс» демонстрируют выход лингвистических исследований в сферу функционирования языка в коммуникативном контексте. По мнению Е. С. Кубряковой, введение термина «дискурс» было вызвано необходимостью «отразить в едином образе порождаемую в особых условиях речь, связываемую с самими коммуникативными условиями этого порождения»¹⁴.

Итак, дискурс – это «речь, погруженная в жизнь»¹⁵, его изучение невозможно без опоры на ситуацию общения, в которой ведущую роль играют коммуниканты, чьи речемыслительные действия формируют дискурс¹⁶. Ситуативная интерпретация дискурса подразумевает «учет социальных, психологических, культурных условий общения»¹⁷. Для выявления специфики дискурса как «сложного единства формы, значения и действия» релевантными оказываются такие признаки, как знание коммуникантами языка, жанровые параметры текста, разделяемые участниками акта общения установки и представления о мире, условия ситуации общения (участники, их роли, характер коммуникативного взаимодействия, стратегии, целенаправленность социального действия)¹⁸.

¹² Дейк Т. А. ван Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – С. 121.

¹³ См.: Fairclough N. *Analysing discourse. Textual analysis for social research.* – London: Routledge, 2003. – 270 p.

¹⁴ Кубрякова Е. С. О тексте и критериях его определения // *Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Рос. Академия наук. Ин-т языкознания.* – М.: Языки славянской культуры, 2004. – С. 525.

¹⁵ Арутюнова Н. Д. *Дискурс // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Яреца.* – М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. – С. 136.

¹⁶ Лузина Л. Г. О когнитивно-дискурсивной парадигме лингвистического знания // *Парадигмы научного знания в современной лингвистике: Сб. науч. трудов / РАН ИНИОН. Центр гуманитар. науч.-информ. исслед. Отд. языкознания; Редкол.: Кубрякова Е. С., Лузина Л. Г. и др.* – М., 2008. – С. 41. См. также: Милевская Т. В. *Связность как категория дискурса и текста (когнитивно-функциональный и коммуникативно-прагматический аспекты).* – Ростов-на-Дону: РГУ, 2003. – 336 с.

¹⁷ См.: Макаров М. Л. *Основы теории дискурса.* – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.; Карасик В. И. *Языковой круг: личность, концепты, дискурс.* – М.: ИТДГК «Гнозис», 2004. – 390 с.

¹⁸ Дейк Т. А. ван Язык. Познание. Коммуникация. С. 121 – 122. См. также: Карасик В. И. *О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс.* – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 5 – 20.

В целом термин «дискурс» большинством современных исследователей различных направлений и школ используется с учетом социальной составляющей дискурсивной деятельности, как «текст в социальном контексте», дающий представление об участниках и условиях коммуникации¹⁹. Социальный характер коммуникации в целом и дискурсивной деятельности в частности объясняет природу общения между представителями социума, конечной целью которого является обмен различной информацией.

На характер дискурса как социально детерминированной речевой деятельности указывает Т. А. ван Дейк, считая его «сложным коммуникативным явлением, которое включает в себя социальный контекст, дающий представление как об участниках коммуникации... так и о процессах производства и восприятия сообщения»²⁰. Дискурс определяется как коммуникативное событие, происходящее между говорящим и слушающим (пишущим и читающим), отражающее систему организованных знаний, необходимых как для его порождения, так и для восприятия. Следовательно, учет экстралингвистических факторов, поиск социальных, культурных и когнитивных объяснений необходимы при изучении дискурса. Дискурс – это «сложное единство языковой формы, знания и действия», а его понимание невозможно без определенных социальных, культурологических знаний²¹.

Коммуникативно-деятельностный подход придал термину «дискурс» значение динамического, развернутого в реальном времени языкового общения, протекающего между активными субъектами коммуникации²². Рассмотр-

¹⁹ Дейк Т. А. ван Язык. Познание. Коммуникация. С. 121 – 122.; Арутюнова Н. Д. Дискурс. С. 136 – 137.; Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. – М. : Рефл-бук, 2001. – С. 293.; Борботько В. Г. Принципы формирования дискурса: От психолингвистики к лингвосинергетике. – М. : КомКнига, 2006. – С. 13.; Dijk, T. A. Introduction: The Role of Discourse Analysis in Society // Handbook of Discourse Analysis. Vol. 4. Discourse Analysis in Society. London : Academic Press, 1985. – P. 2.

²⁰ Дейк Т. А. ван Язык. Познание. Коммуникация. С. 113.

²¹ Там же. С. 121 – 122.

²² Кибрик А. А. Функционализм и дискурсивно ориентированные исследования // Фундаментальные направления современной американской лингвистики. Сборник обзоров / Под ред. А. А. Кибрика, И. М. Кобозевой, И. А. Секериной. – М. : Изд-во МГУ, 1997. – С. 308.; Лузина Л. Г. О когнитивно-дискурсивной парадигме лингвистического знания. С. 41. См. также: Залевская А. А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст. Избранные труды. – М. : Гнозис, 2005. – 543 с.; Кубрякова Е. С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа // Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональные и структурные

рение дискурса в качестве текста, взятого в его динамическом развитии, то есть «с учетом последовательности появления его фрагментов (речевых высказываний)»²³, подводит к пониманию текстопорождения как неотъемлемой части дискурсивной практики. Дискурс представляет собой совокупность деятельности порождения высказывания (дискурса) и ее результата (текста)²⁴.

Понимание дискурса, основанное на рассмотрении функционирования текста в динамическом аспекте, характерно для постструктурализма. В русле данного направления изучение дискурса связано с изучением типичных дискурсивных средств выражения, рассуждения о чем-либо, принятых в данной культуре в определенный период времени. В трудах М. Фуко дискурс представляется социально обусловленной системой речи и действия, социальной формацией, предписывающей правила («процедуры») говорения²⁵.

Правила, именуемые дискурсивными (текстопорождающими) практиками, выявляют закономерности построения новых текстов, существующих в пространстве данного дискурса. Эти специфические процедуры обусловлены типичными дискурсивными стратегиями и ресурсами и опредмечены в текстах, содержащих следы их применения и являющихся таким образом средством их сохранения и воспроизведения.

Ведущие дискурсивные практики, определяющие структурирование текста, формирование концептов, позиций коммуникантов, носят конвенциональный характер, то есть разделяются всеми участниками общения в рамках определенного вида дискурса. При таком подходе понятие «дискурс» включает «совокупность коммуникативных стратегий, сложившихся в данной сфере общения на определенную тему, реализуемых в конкретных текстах»²⁶.

аспекты: Сб. обзоров. – М. : ИНИОН РАН, 2000. – С. 7 – 25.; Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2004. – 326 с.

²³ Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста. Теоретические основания и практика. – М. : Едиториал УРСС, 2011. – С. 145.

²⁴ Кибрик А. А. Функционализм и дискурсивно ориентированные исследования. С. 307.

²⁵ См. Фуко М. Порядок дискурса // Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. Работы разных лет. – М.: Касталь, 1996. – С. 47 – 96.

²⁶ Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста. Теоретические основания и практика. С. 147.

Наличие типичного набора стратегий представления информации как один из базовых признаков дискурса отмечается также Е. О. Менджерицкой: по мнению исследователя, под дискурсом следует понимать «передачу когнитивного содержания, вкладываемого адресантом, адресату через посредство текста в его лингвистическом воплощении и заложенных в нем определенных стратегий подачи информации»²⁷.

Отметим, что на когнитивную природу дискурса указывала в свое время и Е. С. Кубрякова, говоря, что «по самой своей сути дискурс – явление когнитивное, то есть имеющее дело с передачей знаний, с оперированием знаниями особого рода и, главное, с содержанием новых знаний»²⁸.

В определении дискурса, данном Е. С. Кубряковой, подчеркивается, что индивидуальный и социальный опыт, организованный в особого рода структуры, используется для коммуникации, то есть для осуществления речевой (дискурсивной) деятельности. В связи с этим когнитивные исследования дискурса фокусируют внимание на моделировании когнитивных процессов порождения и восприятия дискурса и на структурах репрезентации знания, содержащих информацию, необходимую для эффективного дискурсивного (коммуникативного) взаимодействия людей²⁹. Иными словами, как коммуникативное, так и когнитивное исследования дискурса предполагают фокусирование на трех основных аспектах: «адресант информации, адресат и текст, при помощи которого эта информация передается»³⁰.

Таким образом, дискурс представляет собой «существенную составляющую социокультурного взаимодействия», коммуникативное явление, результатом которого является речевое произведение, отражающее экстралингвистические условия его создания. Данные обстоятельства определяют ха-

²⁷ Менджерицкая Е. О. Дискурс vs функциональный стиль: что есть язык СМИ // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – Вып. 54: Сер. Филология и искусствоведение. - № 13. – С. 102.

²⁸ Кубрякова Е. С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа. С. 23.

²⁹ Кубрякова Е. С. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности / Е. С. Кубрякова, Л. В. Цурикова // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический проект; Альма Матер, 2008. – С. 203.

³⁰ Менджерицкая Е. О. Термин «дискурс» и типология медиадискурса // Вестник Моск. ун-та. – Сер. 10. «Журналистика». – 2006. – №2. – С. 54.

рактер информации, стратегии ее преподнесения, а также восприятия и интерпретации³¹, поскольку постижение сути дискурса является процессом извлечения когнитивной информации³², а когнитивная лингвистика³³ исходит из того, что познание представляет собой восприятие и интерпретацию действительности, осознание и оценку окружающего мира с последующими накоплением и организацией знаний и опыта.

Важно уточнить, что рассмотрение существующих в современной науке подходов к интерпретации понятия «дискурс» невозможно (на это всегда обращают внимание исследователи) без установления его соотношения с традиционным для лингвистики термином «текст».

Попытка разграничения дискурса и текста традиционно связывается с их противопоставлением по принципу статичности и динамичности³⁴. Так, текст определяется как языковое представление коммуникативного события³⁵, а дискурс – это «текст в событийном аспекте»³⁶, «язык, присвоенный говорящим», «индивидуальное преобразование языка»³⁷, «текст плюс ситуация»³⁸.

В определении текста, предложенном И. Р. Гальпериным, текст понимается как «произведение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа»³⁹. В «Литературном энциклопедическом словаре» словарная статья, посвященная тексту,

³¹ Дейк Т. А. ван Язык. Познание. Коммуникация. С. 9. См. также: Dijk, T. A. *Text and Context, Explorations in the Semantics and Pragmatics of Discourse* / T. A. van Dijk. – London and New York : Longman, 1982. – P. 44.

³² Brown G. *Discourse Analysis* / G. Brown, G. Yule. – China : Foreign Teaching and Research Press, Cambridge University Press. – 2001. – P. 237.

³³ См.: Демьянков В. З. Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода // Вопросы языкознания. – 1994. – №4. – С. 17 – 31.; Кубрякова Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) // Язык и наука XX века. – М. : Рос. гос. гуманитар. ун-т, 1995. – С. 144 – 238.; Маслова В. А. Когнитивная лингвистика. – Мн. : ТетраСистемс, 2004. – 256 с.

³⁴ Кубрякова Е. С. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности. С. 187.

³⁵ Brown G. *Discourse Analysis*. P. 6.

³⁶ Арутюнова Н. Д. Дискурс. С. 137.

³⁷ Бенвенист Э. Общая лингвистика. Пер. с фр. / Общ. ред., вступ. статья и комментарий Ю. С. Степанова. – М. : Эдиториал УРСС, 2002. – С. 312.

³⁸ Макаров М. Л. Основы теории дискурса. С. 86.

³⁹ Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / Отв. Ред. Г. В. Степанов. Изд. 7-е. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – С. 18.

также указывает на то, что текст – это «письменная или печатная фиксация речевого высказывания»⁴⁰.

В рамках когнитивного подхода дискурс тоже рассматривается с учетом возможности его фиксации, то есть как «вербализованная речемыслительная деятельность, предстающая как совокупность процесса (дискурс как речемыслительная деятельность) и результата (дискурс как текст)»⁴¹. Однако в целом текст представляется «абстрактным ментальным конструктом»⁴², а дискурс – различными способами его актуализации.

Континуальность дискурса как его неотъемлемую характеристику отмечают Е. С. Кубрякова и О. В. Александрова, говоря, что он является когнитивным процессом, связанным с реальным речепроизводством, в то время как текст «является конечным результатом процесса речевой деятельности, выливающимся в определенную законченную (и зафиксированную) форму»⁴³.

Таким образом, дискурс представляется в качестве процесса порождения текста, а текст – как результат коммуникативно-когнитивной деятельности, что позволяет толковать дискурс как текст в совокупности с коммуникативными обстоятельствами. Дискурс, будучи родовым понятием по отношению к тексту, включает одновременно процесс речевой деятельности и ее результат, то есть текст. При этом сопоставление терминов «дискурс» и «текст» позволяет увидеть, что, несмотря на наличие характеристик, четко разграничивающих данные понятия, дискурс и текст имеют много точек соприкосновения.

⁴⁰ Гиндин, С. И. Текст // Литературный энциклопедический словарь / Под общ. ред. В. М. Кожевникова, П. А. Николаева. – М. : Советская энциклопедия, 1987. – С. 435.

⁴¹ Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность?. - М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – С. 111. См. также: Гончарова Е. А. Стиль как антропоцентрическая категория // *Studia Linguistica*: сб. ст. – Вып 8. - Слово, предложение и текст как интерпретирующие системы. - СПб. : Тригон, 1999. – С. 148.; Кубрякова Е. С. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности. С. 185.

⁴² Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. С. 10.

⁴³ Кубрякова Е. С. Виды пространств текста и дискурса / Е. С. Кубрякова, О. В. Александрова // Категоризация мира: пространство и время: Материалы научной конференции. – Москва, 1997. – С. 19 – 20. Дополнительно отметим, что текст, как подчеркивает Е. С. Кубрякова, «всегда должен рассматриваться как итог речемыслительной деятельности его создателя», как результат «дискурсивной, то есть социально ориентированной и социально обусловленной коммуникативной деятельности» (Кубрякова Е. С. О тексте и критериях его определения. С. 513.

Во-первых, при использовании каждого из двух терминов говорится об изучении языка в его живом функционировании⁴⁴. Для современной лингвистики текста актуален «переход к коммуникативной модели представления текста», признание необходимости изучать языковые аспекты в совокупности с обстоятельствами и участниками общения, осуществляющегося посредством текста⁴⁵.

Во-вторых, в рамках функционально-коммуникативного направления дискурсу и тексту приписываются прагматическая установка и целенаправленность, существование в широком ситуативном контексте⁴⁶. Соотнесенность с ситуацией, в которой возникает и используется текст, является залогом текстовой цельности⁴⁷.

В-третьих, с позиций коммуникативно-дискурсивного подхода, процесс интерпретации текста непосредственно связан с построением ментальных моделей текста как результата обработки языковых данных⁴⁸. Поэтому текст следует рассматривать в качестве «целостного комплекса языковых, речевых и интеллектуальных факторов в их связи и взаимодействии»⁴⁹. Это означает продуктивность изучения текста с точки зрения его языковых, дискурсивных (ситуативных, коммуникативных) и когнитивных особенностей. Первые дают возможность определить характерный для данной сферы общения набор дискурсивных практик; второй, по словам Е. С. Кубряковой, – «объяснить причины выбора или создания данной «упаковки» для данного содержания»⁵⁰.

Современные отечественные исследования дискурса, осуществляемые в русле когнитивно-коммуникативной (когнитивно-дискурсивной) парадиг-

⁴⁴ Слюсарева Н. А. Гиперсинтаксический уровень языка и лингвистическое членение текста // Предложение и текст в семантическом аспекте / Ред. И. П. Сусов. – Калинин: Изд-во Калининского ун-та, 1978. – С. 92.

⁴⁵ Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. С. 226.

⁴⁶ Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. С. 18. См. также: Кубрякова Е. С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа; Dijk Т. А. Strategies of Discourse Comprehension / Т. А. Dijk, W. Kintsch. – London, New York: Academic Press, 1983.

⁴⁷ Мурзин Л.Н. Текст и его восприятие / Л. Н. Мурзин, А. С. Штерн. – Свердловск: Изд-во Урал ун-та, 1991. – С. 13.

⁴⁸ Кибрик А. Е. Когнитивные исследования по дискурсу // Вопросы языкознания. – 1994. – № 5. – С. 127.

⁴⁹ Новиков А. И. Семантика текста и ее формализация / А. И. Новиков. – М.: Наука, 1983. – С. 4.

⁵⁰ Кубрякова Е. С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – № 1. – С. 16.

мы⁵¹, опираются на определение языка как когнитивного процесса, «осуществляемого в коммуникативной деятельности и обеспечиваемого особыми когнитивными механизмами в человеческом мозгу»⁵². Изучение дискурса в рамках данного подхода предполагает анализ его языковых свойств в совокупности с релевантными экстралингвистическими факторами, а также описание «структур репрезентации различных видов знания, определяющих речевые стратегии коммуникантов и выбор конкретных языковых форм в процессе их дискурсивной деятельности»⁵³.

Текст, будучи результатом речевой деятельности, реализует основные признаки и функции определенного типа дискурса, что позволяет в качестве единицы описания любого вида дискурса использовать текст, относящийся к тому или иному функциональному стилю, а экстралингвистические факторы – как дискурс-образующие элементы.

1.2. Дискурс СМИ в функциональном и когнитивном аспектах

Рассмотрение текста в качестве продукта речевой деятельности предполагает учет его коммуникативного статуса, диктующего как семантические и синтагматические правила его организации, так и стратегии распределения информации⁵⁴. Однако, прежде чем перейти непосредственно к изучению и описанию стратегий распределения информации в тексте, необходимо остановиться на том, что представляет собой информация как объект научного

⁵¹ См.: Демьянков В. З. Доминирующие лингвистические теории в конце XX века; Кубрякова Е. С. Понятие «парадигма» в лингвистике: Введение // Парадигмы научного знания в современной лингвистике: Сб. науч. трудов / РАН ИНИОН. Центр гуманитар. науч.-информ. исслед. Отд. языкознания; Редкол.: Кубрякова Е. С., Лузина Л. Г. и др. – М., 2008; Лузина Л. Г. О когнитивно-дискурсивной парадигме лингвистического знания; Цурикова Л. В. Когнитивно-дискурсивная парадигма как новое направление описания и анализа речемыслительной деятельности // Горизонты современной лингвистики: Традиции и новаторство: Сб. в честь Е. С. Кубряковой. – М.: Языки славянских культур, 2009.

⁵² Кубрякова Е. С. Когнитивные аспекты словообразования и связанные с ним правила инференции (семантического вывода) // Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Рос. Академия наук. Ин-т языкознания. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – С. 406.

⁵³ Лузина Л. Г. О когнитивно-дискурсивной парадигме лингвистического знания. С. 46. См. также: Цурикова, Л. В. Естественность дискурса как когнитивно-прагматический феномен // С любовью к языку: Сб. науч. тр., посвящ. Е. С. Кубряковой / Отв. ред. Виноградов В. А.. – М. – Воронеж: ИЯ РАН, Воронеж. гос. ун-т, 2002.

⁵⁴ Лузина, Л. Г. Распределение информации в тексте: (Когнитивный и прагматический аспекты) / Л. Г. Лузина. – М.: ИНИОН РАН, 1996. – С. 16.

исследования и как важнейшая составляющая коммуникативной деятельности.

Существование и развитие человеческого сообщества основаны на социальной интеракции, и сегодня его успешное функционирование напрямую зависит от эффективной координации, осуществляемой при помощи информационных процессов⁵⁵.

Как подчеркивает М. Н. Володина, всякое взаимодействие людей неразрывно связано с коммуникацией и обменом информацией⁵⁶. Поэтому особенностью современного общества является его зависимость от информации, превращающейся из совокупности знаний в операционный, побуждающий к действию фактор. При этом коммуникация в значении «тиражирование интеллектуального продукта» приобретает доминирующее положение в триаде «сообщение – коммуникация – восприятие»⁵⁷.

В определении коммуникации можно выделить три основных подхода:

1) деятельностный подход, при котором коммуникация представляется контекстуально обусловленной деятельностью людей по передаче информации с целью оказания воздействия, «механизмом социального регулирования поведения в обществе»⁵⁸. Истоки такого понимания следует искать в теории речевых актов, трактующей языковое высказывание как действие⁵⁹;

2) коммуникативный подход, сутью которого является представление коммуникации в качестве совокупности процессов кодирования и декодиро-

⁵⁵ Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. – М. : Рефл-бук, 2001. – С. 24. См. также: Шкондин М. В. СМИ как коммуникативная система // Вестн. Моск. ун-та. – Сер. 10. «Журналистика». – 2002. – №1. – С. 36 – 37.

⁵⁶ Володина М. Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический проект; Альма Матер, 2008. – С. 8.

⁵⁷ Кузнецов Д. В. Роль современных коммуникаций в формировании массового сознания // Философия и общество. – 2004. – №3. – С. 94 – 95.

⁵⁸ Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. С. 15. См. также: Макаров М. Л. Основы теории дискурса. С. 38 – 39.; Володина М. Н. СМИ как форма «общественного диалога» // Язык современной публицистики: сб. статей / сост. Г. Я. Солганик. – М. : Флинта: Наука, 2007. – С. 31 – 43.; Shiffrin, D. Approaches to Discourse D. Shiffrin. - Oxford, Cambridge, Mass., 1994.

⁵⁹ См.: Остин Дж. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 16. Лингвистическая прагматика. Сборник: пер. с разн. языков / Сост. и вступ. ст. Н. Д. Арутюновой, Е. В. Падучевой. – М. : Прогресс, 1985. – С. 22 – 129.; Серль Дж. Р. Что такое речевой акт? // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 16. Лингвистическая прагматика. Сборник: пер. с разн. языков / Сост. и вступ. ст. Н. Д. Арутюновой, Е. В. Падучевой. – М. : Прогресс, 1985. – С. 151 – 169.

вания разнообразной информации коммуникантами с целью обмена ею⁶⁰. Языковой стороной данных процессов является «создание и интерпретация разного рода высказываний, дискурсов, текстов, жанров», а их главной целью является осуществление социального взаимодействия между людьми⁶¹;

3) когнитивный подход, в русле которого коммуникацию рассматривают как «взаимодействие говорящих сознаний»⁶². В рамках данного направления исследуются связи языка с процессами познания, со способами получения, обработки, фиксации и хранения информации о мире в их корреляции с языковыми формами⁶³. Суть коммуникации в этом случае состоит в построении в когнитивной системе реципиента концептуальных конструкций, моделей мира, которые определенным образом соотносятся с моделями мира говорящего, но не обязательно повторяют их⁶⁴.

Наиболее удачным кажется определение, предложенное В. В. Красных, в котором учитываются социальный, коммуникативный, прагматический и когнитивный аспекты коммуникации. Под коммуникацией автор понимает «процесс взаимодействия двух и более языковых личностей (что подразумевает взаимодействие концептуальных систем коммуникантов) с целью передачи / получения / обмена информацией, то есть того или иного воздействия на собеседника, необходимого для осуществления совместной деятельности»⁶⁵. Наглядным примером такого взаимодействия, на наш взгляд, является массовая коммуникация, где в процесс передачи, получения информации, обмена информацией вовлечено неограниченное количество людей, а текстовый

⁶⁰ Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации: Учеб. пособие. – Воронеж : Изд-во ВГТУ, 2000. – С. 3.

⁶¹ Формановская Н. И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. – М. : Изд-во «Русский язык», 2002. – С. 3 – 5.

⁶² Сергеев В. М. Когнитивные методы в социальных исследованиях // Язык и моделирование социального взаимодействия / Сост. В. М. Сергеева, П. Б. Паршина; Общ. ред. В. В. Петрова. – М. : Прогресс, 1987. – С. 5. См. также: Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика: курс лекций по английской филологии. – Тамбов: Изд-во Тамбовского ун-та, 2000. – С. 24.; Милевская Т. В. Связность как категория дискурса и текста (когнитивно-функциональный и коммуникативно-прагматический аспекты). – Ростов-на-Дону : РГУ, 2003. – С. 9.

⁶³ Кубрякова Е. С. Когнитивная парадигма научного знания и особенности когнитивного подхода к явлениям языка. С. 41.

⁶⁴ Сергеев В. М. Когнитивные методы в социальных исследованиях. С. 5.

⁶⁵ Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность?. С. 79.

массив позволяет выявить определенные тенденции в ее распределении на широком языковом материале.⁶⁶

Массовая коммуникация представляет собой «социальное взаимодействие особого рода», так как это «процесс систематического распространения корпоративно произведенной информации на массовую гетерогенную аудиторию»⁶⁷. Специфика массовой коммуникации как формы социального взаимодействия ярко раскрывается в русле когнитивно-дискурсивного подхода: она понимается как распространение информации через СМИ в процессе их дискурсивной деятельности, заключающейся в разъяснении, популяризации и передаче специфически обработанной и представленной информации от корпоративного автора к массовому адресату с целью воздействия на последнего⁶⁸.

Дискурс СМИ, таким образом, не может рассматриваться вне его функциональной направленности, обусловленности типичных языковых средств выражения содержания целью и условиями общения, а также без исследования информационного наполнения текстов СМИ и анализа структур репрезентации знаний, лежащих в их основе. Это обуславливает необходимость его рассмотрения в функционально-коммуникативном и когнитивном аспектах.

Совокупность функциональных, формальных и содержательных свойств текста традиционно изучается в рамках функционально-стилевого подхода⁶⁹. Исследование закономерностей использования языка в различных

⁶⁶ Существование таких тенденций обуславливает создание моделей языкового общения применительно к различным коммуникативным условиям. О необходимости «широкого целенаправленного моделирования информационного механизма естественного языка и процессов речевой деятельности» еще в 1989 писал Б. Ю. Городецкий (Городецкий Б. Ю. Компьютерная лингвистика: моделирование языкового общения // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 14. Компьютерная лингвистика. Сборник: пер. с англ. / Сост., ред. и вступ. ст. Б. Ю. Городецкого. – М.: Прогресс, 1989. – С. 5.). По его мнению, перспектива развития моделирования языкового общения, в том числе процесса вербализации коммуникативного замысла в ходе создания высказывания, связана с привлечением методов компьютерной лингвистики. Думается, предпосылкой создания компьютерных программ, демонстрирующих алгоритмы процессов коммуникации, может стать моделирование стратегического процесса представления информации в тексте, предпринятое в данной диссертации.

⁶⁷ Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). – М.: Едиториал УРСС, 2005. – С. 17. См. также: Шерковин Ю. А. Массовая коммуникация вин // Философский энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1989. – С. 344.

⁶⁸ Кубрякова, Е. С. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности. С. 183 – 184.

⁶⁹ Солганик Г. Я. Стилистика текста: учеб. Пособие. – М.: Флинта: Наука, 2007. – С. 172.

типах человеческой деятельности, традиционно связанное с выделением языковых функциональных стилей, основано на предложенной В. В. Виноградовым категориальной трихотомии функций языка: «общение – сообщение – воздействие», каждая из которых характеризуется спецификой понятийного содержания и языковых средств выражения⁷⁰. В публицистическом стиле, которым принято характеризовать язык СМИ, реализуются все три функции языка: функция общения присутствует во всех стилях при передаче неспециального и неэмоционального содержания словами основного словарного фонда; функция сообщения эксплицируется в наличии формальных и специальных, лишенных эмоциональности и экспрессии слов и оборотов речи, используемых для передачи неэмоционального содержания; функция воздействия присутствует в текстах, в которых рассуждение о фактах реальности проводится с применением эмоционально окрашенной лексики.

По мнению ряда исследователей, стилистический аспект языка СМИ предполагает изучение прежде всего воздействующей и информативной функций (функции сообщения)⁷¹. В связи с этим предлагается рассматривать систему языка СМИ как сосуществование двух различающихся по качественным и количественным характеристикам подстилей – публицистического и информационного.

Первый объединяет медиатексты, обслуживающие в основном политическое общение, экономические и культурные отношения и представляющие общественные события через призму оценочности⁷². Информационный подстиль имеет своей целью объективное, обезличенное сообщение фактов о любых социально значимых событиях в соответствии с этическими и эстетиче-

⁷⁰ См.: Виноградов В. В. *Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика..* – М. : Изд-во АН СССР, 1963.

⁷¹ Солганик Г. Я. *Стилистика публицистической речи // Язык средств массовой информации: Учебное пособие по специализации. Часть 2.* – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004. – С. 268. См. также: Добросклонская Т. Г. *Медиалингвистика. Системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь).* – М. : ФЛИНТА: Наука, 2008. – С. 42.

⁷² Григорьева О. Н. *Публицистический стиль в системе функциональных разновидностей языка // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М. Н. Володиной.* – М. : Академический проект; Альма Матер, 2008. – С. 365. См. также: Клушина Н. И. *Особенности публицистического стиля // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М. Н. Володиной.* – М. : Академический проект; Альма Матер, 2008. – С. 480.; Солганик Г. Я. *Стилистика публицистической речи.* С. 269.

скими нормами, принятыми в данном социуме⁷³. При этом авторами отмечается неотделимость информирования от воздействия в публицистике⁷⁴.

Так, М. Н. Володина уточняет, что СМИ «никогда не остаются индифферентными по отношению к тому, что опосредуют», поэтому из средств «фиксации, трансляции, консервации, тиражирования информации» превратились в «мощнейшее средство воздействия на массовое сознание»⁷⁵. Более того, «СМИ сегодня есть инструмент идеологии, а не информации»⁷⁶. Благодаря возможности сообщать информацию и оказывать влияние на массовую аудиторию, современные СМИ приобретают социально-регулятивный потенциал, поскольку они выступают в качестве уникального средства интерпретации и репрезентации реальности, что приводит к формированию у реципиента определенной картины мира. Современные СМИ имеют возможность влиять на социальные процессы, формируя медиареальность, являющуюся источником и основой видения мира адресатами.

Истоки функциональной многогранности публицистики следует искать в следующих факторах:

1) экстралингвистические факторы связаны с тем, что автор сообщения производит отбор фактов из множества происходящих в обществе событий на основании их социальной значимости и новостной ценности, то есть с учетом ожиданий читателей и исходя из собственных целей и задач⁷⁷. При создании публицистического текста журналист, выступая в коллегиальном качестве, транслирует идеологические установки и оценки, разделяемые редакцией издания, и оказывает воздействие на картину мира, идеологию и культуру об-

⁷³ Дроняева Т. С. Информационный подстиль // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический проект; Альма Матер, 2008. – С. 496.

⁷⁴ См., например: Липгарт А. А. К проблеме языковедческого описания публицистического функционального стиля // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический проект; Альма Матер, 2008. – С. 349 – 354.

⁷⁵ Володина М. Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание. С. 17.

⁷⁶ Никитина, К. В. Политический дискурс СМИ и его особенности, создающие предпосылки для манипуляции общественным сознанием [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bali.ostu.ru/umc/arhiv/2006/2/Nikitina.doc>. – С. 5.

⁷⁷ Тертычный А. А. Жанры периодической печати. – М. : Аспект Пресс, 2006. – С. 29.

щества⁷⁸. Все это предопределяет выборочность и оценочность, а значит не-объективность представления информации;

2) собственно языковые факторы основаны на вариативности средств выражения в языке. Так, А. Н. Баранов подчеркивает, что нейтральность позиции говорящего невозможна, поскольку он не только имеет возможность выбора языковых способов выражения содержания, но и вынужден его осуществлять в процессе преобразования недискретной реальности в ее дискретную интерпретацию средствами языка в речи, что приводит к ненамеренному или намеренному, коммуникативно значимому искажению в интерпретации фрагмента реальности⁷⁹. В результате «как объективно бы человек ни выразился, он структурирует и обуславливает представление, получаемое реципиентом»⁸⁰;

3) когнитивные факторы предполагают, что сам процесс познания может стать предпосылкой возможности оказания речевого воздействия при передаче информации, что связано с потенциальным несовпадением когнитивных баз (фоновых знаний, фонда знаний) участников коммуникации⁸¹.

Определение функционально-стилевой принадлежности текста также осуществляется на основании традиционных признаков: среди экстралингвистических выделяются закреплённость за определенной сферой социальной жизни, определяющей характер автора и адресата сообщения, условия и цель их общения; к лингвистическим факторам относятся наличие воспроизводимых языковых явлений, отличающих данный вид коммуникации от остальных⁸². Рассмотрим эти параметры применительно к публицистическому стилю.

⁷⁸ Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). С. 182.

⁷⁹ Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику. – М. : Издательство ЛКИ, 2007. – С. 216 – 217.

⁸⁰ Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия / Сост. В. М. Сергеева, П. Б. Паршина; Общ. ред. В. В. Петрова. – М. : Прогресс, 1987. – С. 90.

⁸¹ Менджерцкая Е. О. Публицистика как тип дискурса // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М. : Диалог-МГУ, 1999. – Вып.7. – С. 13 – 14.

⁸² Мурот В. П. Функциональный стиль // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. – М. : Большая Российская энциклопедия, 1998. – С. 567 – 568.; Степанов Ю. С. Стиль // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – М. : Большая Российская энциклопедия,

Социальная закреплённость. Массовая коммуникация, обеспечивающая «систематическое распространение информации ... с помощью СМИ», представляет собой особую устоявшуюся сферу общественно-речевой практики, особенности которой обусловлены целями, тематикой, условиями общения коммуникантов⁸³. Способность средств массовой информации объективно отображать действительность определяет существование и развитие сложившегося информационного общества, поскольку эффективное функционирование последнего возможно лишь при условии постоянного взаимодействия⁸⁴.

Включение СМИ в социальную коммуникацию существенно расширяет тематическое разнообразие медиатекстов и в то же время даёт потенциал манипулирования общественным сознанием на основе сознательного отбора и избирательной фиксации фактов, тиражируемых в массовой коммуникации. Содержанием публицистики становятся идеи, имеющие социальное значение, поскольку события, о которых говорят СМИ, разворачиваются в социальном пространстве – в семье, социальном слое, нации⁸⁵. События и факты, оказывающиеся в фокусе масс-медиа, формируют духовное пространство публицистики – «публицистическое пространство», которое заполняется идеями политического, идеологического, мировоззренческого характера. Эти идеи не только бытуют в публицистическом пространстве, но стремятся «распространить свое влияние, воздействовать на умы и чувства» адресата⁸⁶. В связи с этим многими исследователями в качестве приоритетной функции массово-информационного стиля наряду с информационной выделяется функция воздействия⁸⁷.

дия, 1998.– С. 494 – 495.; Григорьева О. Н. Публицистический стиль в системе функциональных разновидностей языка. С. 357.

⁸³ Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). С. 17.

⁸⁴ Володина М. Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание. С. 31.

⁸⁵ Шмелев Д. Н. Русский язык в его функциональных разновидностях. – М. : Наука, 1977. – С. 64.

⁸⁶ Солганик Г. Я. О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ) // Язык современной публицистики: сб. статей / сост. Г.Я. Солганик. – М. : Флинта: Наука, 2007. – С. 25.

⁸⁷ См., например: Григорьева О. Н. Публицистический стиль в системе функциональных разновидностей языка. С. 358.; Клушина Н. И. Особенности публицистического стиля. С. 479.; Липгарт А. А. К проблеме языковедческого описания публицистического функционального стиля // Язык средств массовой информа-

Характер автора и адресата. Оценочное отношение к явлениям и фактам, присущее позиции автора в публицистике, обуславливает языковые и композиционные приемы, используемые в тексте для усиления такого воздействия. Отличительной характеристикой публицистического стиля является категория социальной оценочности, проявляющаяся в социальной закреплённости положительной или отрицательной оценки за определенными лексическими единицами, и в приобретении лексики «социально оценочных качеств», то есть способности выражать оценку общественных событий, явлений, фактов⁸⁸.

Специфика публицистической речи, отражающая отношение и оценку производителя речи действительности и субъекта высказывания, выражается в реализации категории текстовой модальности, понимаемой как «речевая форма высказывания, синтаксическая семантика текста»⁸⁹. Характер текстовой модальности определяется автором сообщения, который в публицистике представляет собой дихотомию социального и частного человека, выражающего субъективно-объективную точку зрения. Перевес в сторону одной из позиций дает разные типы автора: пропагандиста, полемиста, репортера, аналитика, и позволяет определять модальность текста, то есть адекватно оценивать позицию автора и выявлять смыслы, заложенные в подтексте и самой композиции публицистического текста⁹⁰.

Формирование субъекта медиатекста происходит под влиянием категории адресата, поскольку достижение целей автора – информирование и особенно воздействие – возможно при условии максимального сближения этих участников массовой коммуникации для обеспечения наибольшей близости авторской позиции и читательского восприятия. Адресат в публицистике, таким образом, обладает способностью «моделировать» образ автора, ориенти-

ции: Учебное пособие для вузов / Под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический проект; Альма Матер, 2008. – С. 351 – 352.

⁸⁸ Лысакова И. П. Тип газеты и стиль публикации: Опыт социолингвистического исследования. – Л. : Изд-во Ленингр. ун-та, 1989. – С. 26.

⁸⁹ Солганик, Г. Я. О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ). С. 20.

⁹⁰ Кайда Л. Г. Позиция автора в публицистике. Стилистическая концепция // Язык современной публицистики: сб. статей / сост. Г. Я. Солганик. – М. : Флинта: Наука, 2007. – С. 58.

ровать его на усредненного читателя и заставлять говорить о насущных проблемах на нужном для него языке⁹¹.

При создании текста автор ориентируется на потенциального читателя, представляющего собой синтез индивидуальной языковой личности, обладающей рядом специфических черт, и коллективной языковой личности, идентифицирующей себя с определенной социально-политической общностью путем обращения к тому или иному печатному изданию. Такая общность может быть достаточно обширной, объединяя читателей из разных стран.

В связи с этим целесообразным является рассмотрение адресата как коллективной категории, что подразумевает учет характера и качества целевой аудитории издания.

Первое подразумевает возрастные, гендерные, профессиональные и иные социальные различия между аудиторными группами. Ориентация на такой круг читателей характеризует специализированные издания. Второе, то есть качество целевой аудитории, определяется требовательностью адресатов к правдивости изложения фактов и степенью их подготовленности к восприятию глубокого анализа общественно-политических, экономических, культурных проблем. На основании данного критерия выделяются два противопоставляющихся типа целевой аудитории: «элитарная» и массовая⁹². Для изданий, определяющихся в своей нацеленности на ту или иную группу, релевантным является способ представления информации.

По мнению В. В. Богуславской, способ «подачи» является одним из критериев определения характера прессы на оси «качественность – массовость» наряду с подлинностью предоставляемых фактов, их актуальностью и релевантностью⁹³.

⁹¹ Там же, 59. См. также: Дейк Т. А. ван Язык. Познание. Коммуникация. С. 53.; Чернышова, Т. В. Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. - Барнаул, 2005.

⁹² См.: Богуславская В. В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – С. 119.

⁹³ Там же.

Популярная журналистика, определяя своей аудиторией читательские массы, то есть обывателей, использует стратегии информирования, создающие эффект шока, сенсации, тем самым привлекая внимание к актуальному событию, но не стремясь давать его глубокий анализ. Подобные издания нацелены на констатацию факта, описание события с акцентом на детали, способные заинтересовать как можно большее количество людей.

Качественная пресса, представляющая объект данного исследования, ориентируется на образованных, интеллигентных, социально активных людей, заинтересованных в получении полной достоверной информации и качественного комментария, способных самостоятельно анализировать материал и выявлять попытки навязывания определенного мнения⁹⁴. Ее целью является повышение социальной компетентности населения, прежде всего в области политики; она ориентирована на четко разграниченные информирование и комментариев и соответствующий характер речеупотребления. Издания, относящиеся к категории качественной прессы, предназначены для читательской аудитории с высоким уровнем образования, среднего и высокого социального статуса, включенной в политический процесс.

В связи с этим качественная пресса представляет собой влиятельный «инструмент информирования и анализа», а авторы публикуемых в ней статей – это «энергичные посредники между властью и обществом, ... способные оперативно организовывать информационный обмен между всеми социальными группами»⁹⁵.

Таким образом, роль медиатора между политическими и иными социальными институтами и их клиентами, наличие штата работников, подчиняющихся определенным установкам издания, характеризуют качественную

⁹⁴ Назарова Т. Б. Английский язык делового общения: пособие по обучению чтению. – М. : Высшая школа, 2006. – С. 97.

⁹⁵ Реснянская Л. Л. Общероссийские газетные издания // Вестник Моск. ун-та. – Сер. 10. «Журналистика». – 2000. – №4. – С. 7 – 8. См. также: Тертычный, А. А. Жанры периодической печати. С. 6.; Богуславская В. В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. С. 225 – 235.

прессу как социальный институт⁹⁶. Коммуникация в его рамках носит институциональный характер, что определяет тематику, цель общения, ролевые характеристики авторов и адресатов, их стандартизированное поведение, в том числе языковое⁹⁷. Последнее ведет к формальной и содержательной трафаретности дискурса издания и минимизации проявлений авторской индивидуальности в тексте. Благодаря этому в публицистике, наряду с авторским и коллегиальным производством сообщений, существуют деавторизованные тексты, распространяемые от имени корпоративного лица⁹⁸.

При этом стоит отметить и актуальную тенденцию современной качественной журналистики, связанную с персонификацией автора, который из обезличенного транслятора фактографической информации превращается в интерпретатора, чье мнение относительно описываемых событий не менее важно, чем само событие.

Специфика языка. Следует подчеркнуть, что включение текста в триаду, определяющую дискурс наряду с процессами представления и восприятия информации, позволяет осуществлять типологическое описание медиадискурса и тем самым создавать более полную картину такого разнопланового явления, как дискурс СМИ.

Оппозиция речь устная – речь письменная, характерная для общей типологии речи, специфически реализуется в средствах массовой информации, поскольку есть необходимость характеризовать способ создания и способ воспроизведения медиатекстов. Так, все газетные тексты являются письменными по способу создания и воспроизведения за исключением интервью и блиц-опроса, которые изначально имеют устную форму⁹⁹.

⁹⁶ Tuchman G. Making News: A Study in the Construction of the Reality. – New York : The Free Press; London: Collier Macmillan, 1978. – P. 4 – 5.

⁹⁷ Карасик, В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 5.

⁹⁸ Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика. Системный подход к изучению языка СМИ. С. 55. См. также: Кузьмичева И. В. Образ России в испанской публицистике // Языковая репрезентация образа России в публицистическом дискурсе стран Запада и Востока: монография / отв. ред. Э. Г. Меграбова. – Владивосток : Изд-во Дальневост. ун-та, 2009. – С. 228.

⁹⁹ Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. С. 42.

Существенным различием между устным и письменным типами коммуникации является характер распределения ролей. В устном типе дискурса отправитель и получатель сообщения, регулярно меняясь ролями, в равной мере ответственны за успешность интеракции и вынуждены постоянно, в режиме реального времени, реагировать на изменения параметров коммуникативной ситуации. В письменном типе дискурса баланс коммуникативных усилий автора и получателя сообщения нарушен: ответный коммуникативный ход последнего происходит с задержкой, если вообще имеет место, и поэтому отправитель прогнозирует реакцию адресата заранее и имеет возможность выбирать языковые стратегии для достижения максимального эффекта воздействия¹⁰⁰.

Противопоставление форм персонификации речи имеет специфическую реализацию, когда речь идет о текстах СМИ. Отдельные разновидности медиатекста имеют диалогическую природу (например, интервью). Большинство текстов представляют собой авторский или корпоративный монолог, распространяемый, как правило, «от имени определенной медиаструктуры»: редакции газеты, информационного агентства¹⁰¹. При этом исследователями медиадискурса отмечается диалогичность любого медиатекста¹⁰². В частности, А. А. Тертычный полагает, что иллюзия обмена мнениями между участниками массовой коммуникации создается благодаря тому, что автор журналистского текста или эксплицитно апеллирует к аудитории посредством фатических конструкций, или подразумевает аргументированный спор с адресатом в своем сознании¹⁰³. Такая позиция соответствует используемому в данной работе подходу к изучению дискурса – с акцентом на вопросах его порождения

¹⁰⁰ Кубрякова Е. С. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности. С. 196 – 197.

¹⁰¹ Добросклонская, Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. С. 39.

¹⁰² См., например: Косова И. О. Система текстов массовой информации // Лингводидактические проблемы межкультурной коммуникации. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2003. – С. 100.; Володина М. Н. СМИ как форма «общественного диалога» // Язык современной публицистики: сб. статей / сост. Г. Я. Солганик. – М.: Флинта: Наука, 2007. – С. 42.

¹⁰³ Тертычный А. А. Жанры периодической печати. С. 9.

и восприятия, с учетом диалогической, интерактивной природы коммуникации.

Стоит заметить, что принцип диалогичности СМИ, включающий понятие обратной связи, интерактивности, отвечает потребностям современного общества в интеграции, в тесном и равноправном взаимодействии всех участников массовой коммуникации. При этом, помимо вербальной, собственно языковой стороны, деятельность СМИ, то есть медиадискурс, включает ряд экстралингвистических параметров.

Рассмотрим те экстралингвистические (социальные, контекстуальные) аспекты медиадискурса, которые обуславливают специфику языкового оформления текстов СМИ.

Масс-медийный дискурс представляет собой когнитивный процесс, включающий особенности представления информации автором медиатекста и особенности восприятия этой информации массовой аудиторией¹⁰⁴. Автор медиатекста, носящий, как правило, коллективный характер, то есть выступающий от имени редакции, информационного агентства и так далее, определяет, какую информацию и с помощью каких средств следует передать адресату для достижения поставленных целей.

Основными целями отправителя сообщений в медиадискурсе является информирование адресата и оказание воздействия на него, то есть внесение изменений в когнитивную структуру реципиента для соответствующей коррекции его социальной ориентации¹⁰⁵. Автор медиатекста отбирает обладающие новостной ценностью факты действительности, осуществляет их интерпретацию в соответствии с имеющимися у него структурами знания, сформированными культурой, идеологией, системой ценностей данного общества. Руководствуясь собственной коммуникативной интенцией и общей идеологической позицией представляемого им печатного издания, информационного

¹⁰⁴ Менджерицкая Е. О. Публицистика как тип дискурса. С. 54.

¹⁰⁵ Манаенко Г. Н. Специфика дискурса масс-медиа в современном информационном пространстве // Вестн. Моск. ун-та. – Сер. 10. «Журналистика». – 2005. – №1. – С. 89.

агентства, телеканала, он соотносит эти структуры с конвенциональными правилами и формами вербализации содержания и создает текст.

Таким образом, выбор способов представления информации определяется когнитивными установками адресанта (идеологической направленностью текста, заложенными в нем идеями), целью инициации акта массовой коммуникации и характеристиками целевой аудитории. Адресаты текстов, тиражируемых СМИ, интерпретируют получаемые сообщения в соответствии с собственными когнитивными установками, таким образом осмысливая действительность.

Направленность медиатекстов на информирование массового, рассредоточенного в пространстве адресата обуславливает ряд языковых особенностей публицистической речи. Стремление сделать сообщение понятным для аудитории определяет характер отбора языковых средств выражения, главным принципом которого становится их «коммуникативная общезначимость», общедоступность, ориентация на усредненную языковую норму, стандарты и штампы в композиционно-речевом плане¹⁰⁶. Одновременно с этим для языка газетно-публицистического стиля характерно и активное использование экспрессивных средств выражения, имеющих не столько эстетическую, сколько социально-оценочную задачу, соотносимую с функцией воздействия СМИ¹⁰⁷. Поэтому одним из важнейших признаков языка СМИ является его открытый характер, позволяющий привлекать стилистически разнородную лексику из специального, книжного и разговорного пластов литературного языка¹⁰⁸.

Сложность квалифицирования языка газеты как определенного функционально-стилевого единства, давно подмеченная отечественными лингвистами, обусловлена именно его неоднородностью. Контрастность языковых

¹⁰⁶ Солганик Г. Я. Лексика газеты. – М.: Высшая школа, 1981. – С. 12.

¹⁰⁷ Там же, 13.

¹⁰⁸ Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1971. – С. 13. См. также: Крысин Л. П. Литературная норма и речевая практика газет // Язык современной публицистики: сб. статей / сост. Г. Я. Солганик. – 2-е изд., испр. – М.: Флинта: Наука, 2007. – С. 44 – 57.; Клушина Н. И. Особенности публицистического стиля. С. 481.

средств, сосуществование противопоставляемых стандартизированных и экспрессивных элементов обусловлены массовостью адресата СМИ и позволяют эффективно апеллировать к каждому конкретному реципиенту.

Как подчеркивает В. Г. Костомаров, стилевым признаком языка газеты является «стилистическая антигомогенность»¹⁰⁹. Тематическая неисчерпаемость, взаимодействие со всеми сферами речепотребления и тенденция к постоянному обновлению лексики вследствие отражения непрерывно изменяющейся языковой действительности общества не позволяют публицистическому стилю выработать и придерживаться регулярно воспроизводимых, предсказуемых лексических явлений¹¹⁰. При этом функционально-стилевое единство языка СМИ поддерживается конструктивным единообразием, то есть тяготением к штампу на формально-композиционном уровне в виде содержательно и формально структурированных медиа форматов, заполняемых постоянно обновляемым содержанием и при этом представляющих собой формально «предсказуемые произведения речи»¹¹¹.

Существование стереотипных, конвенциональных способов языкового представления информации предполагает наличие *жанровой дифференциации* текстов СМИ.

М. М. Бахтин, понимая под жанром речи «относительно устойчивый тип высказываний», в понятие речевого жанра вкладывал 1) универсальные тематические, стилистические и композиционные характеристики, определяемые функцией, условиями и ситуацией речевого общения; 2) типовую модель построения текста¹¹². Схожим образом В. А. Тырыгина отмечает, что жанр является конвенциональной, стереотипизированной формой речевого воплощения содержания¹¹³.

¹⁰⁹ Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе. С. 256.

¹¹⁰ Там же.

¹¹¹ Добросклонская, Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. С. 34.

¹¹² Бахтин М. М Проблема речевых жанров // Эстетика словесного творчества. – М. : Искусство, 1979. – С. 240 – 241.

¹¹³ Тырыгина В. А. Жанровая стратификация масс-медийного дискурса / Отв. ред. Н. С. Бабенко. – М. : Книжный дом «Либроком», 2010. – С. 34 – 35.

Из приведенных трактовок термина «жанр» следует, что он характеризует не только текст с позиций его внутренней, языковой организации, но в целом определяет принцип построения текста автором. Такой подход позволяет рассматривать жанр в качестве текстообразующего критерия, который предписывает « типовые формы коммуникативного поведения », необходимые для соответствия определенным дискурсивным условиям, а также задает границы варьирования норм коммуникации¹¹⁴.

К числу устойчивых компонентов жанра относятся цель общения, типичные языковые способы выражения содержания, а также тематика передаваемой информации, то есть предмет сообщения¹¹⁵.

Цель построения текста СМИ является основным критерием их жанровой типологии¹¹⁶. Принимая во внимание тот факт, что основными целями СМИ, в том числе газеты, являются информирование и воздействие, выделяются группы информационных и публицистических (аналитических) жанров. Привлечение дополнительных жанрообразующих параметров для классификации медиатекстов – применяемых композиционных форм, типов речи, образа автора, способов выражения модальности и оценочности, – позволяет осуществлять дальнейшую классификацию газетных жанров.

В британо-американской лингвокультурной традиции принято выделять такие жанры, как *news*, *commentary*, *features*, *opinion column*, *interview* и так далее¹¹⁷. В. А. Тырыгина разграничивает в англо-американской прессе редакционную / передовую статью (Editorial/Leader), комментарий (Commentary), репортаж (Reportage), тематическую статью (Feature), портретный очерк (Profile), скетч (Sketch), рецензию (Review), светскую хронику (Gossip)¹¹⁸.

¹¹⁴ Семенюк Н. Н. Жанр текста как лингвистическая реальность // Горизонты современной лингвистики: Традиции и новаторство. Сб. в честь Е. С. Кубряковой. – М. : Языки славянских культур, 2009. – С. 714 – 715.

¹¹⁵ Конурбаев М. Э. Критерии выявления публицистических жанров. С. 370.

¹¹⁶ См.: Там же, 369. См. также: Клушина Н. И. Особенности публицистического стиля. С. 479.; Дроняева Т. С. Информационный подстиль. С. 496.

¹¹⁷ Добросклонская, Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. С. 39.

¹¹⁸ См.: Тырыгина В. А. Жанровая стратификация масс-медийного дискурса, 2010.

Многие исследователи языка СМИ приходят к выводу, что выработка четкой жанровой классификации текстов медиадискурса едва ли возможна в силу их высокого потенциала к взаимопроникновению и гибридизации¹¹⁹. В связи с этим Т. Г. Добросклонская предлагает концепцию функционально-жанрового типа медиатекста, согласно которой классификация осуществляется на основании определения функциональной ориентации любого медиатекста по отношению к сообщению и воздействию, наличию в нем устойчивых форматных, языковых и содержательных параметров, и выделяет новостные, информационно-аналитические, рекламные тексты и тексты-очерки («features»)¹²⁰.

Стоит отметить, что вопрос о функциональной направленности медиатекстов не может решаться однозначно. Тот факт, что новостной тип текста нацелен преимущественно на информирование, не исключает возможности проявления в нем воздействующей функции. Как полагает И. О. Косова, соединение данных функций в новостном тексте является следствием сущности прессы, предназначение которой – «в максимально короткий срок на ограниченном пространстве передавать в письменном виде как можно большее количество информации, вызвать интерес у каждого адресата, не имея при этом личного контакта и намереваясь влиять на поведение, вкусы, мнения, отношение к происходящему, идеологию аудитории»¹²¹. Иными словами, воздействие, осуществляющееся посредством использования коннотативных слов и выражений, заключается в «изменении точки зрения читателя»¹²², который должен не просто воспринять содержание текста, но и поверить в его истинность.

¹¹⁹ См., например: Тертычный А. А. Жанры периодической печати. С. 50.; Конурбаев М. Э. Критерии выявления публицистических жанров. С. 369.; Кубрякова Е. С. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности. С. 196.

¹²⁰ См.: Добросклонская, Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов, 2005.

¹²¹ Косова, И. О. Система текстов массовой информации. С. 97.

¹²² Конурбаев М. Э. Функция воздействия в художественной литературе и публицистике / М. Э. Конурбаев, Е. О. Менджеричкая // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. Ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М. : «Флинта», 1998. – С. 108.

Таким образом, одновременная ориентация на выполнение нескольких функций предопределяет ряд особенностей публицистического стиля, а именно: тематическую неисчерпаемость и, как следствие, открытость для заимствования средств выражения из других стилей, одновременную ориентацию на массового адресата и ограниченный круг читателей, чередование экспрессивных и стандартизированных, клишированных элементов.

Однако стоит признать, что рассмотрение способов представления информации в газетных текстах не может сводиться исключительно к анализу используемых в тексте языковых единиц. Публицистика, по словам Е. О. Менджерицкой, выходит за рамки функционального стиля и имеет четкие признаки дискурсивного образования, исследовать которое необходимо с учетом экстралингвистической реальности, в частности того, какие способы когнитивного представления действительности она демонстрирует¹²³. С этой точки зрения необходимо говорить о реализации в медиатекстах определенных стратегий подачи информации, а поскольку стратегии связаны с когнитивным планом коммуникации, необходим выход на уровень когнитивного анализа.

В связи с этим когнитивный подход особенно актуален при изучении дискурса СМИ, так как позволяет рассматривать данное понятие в качестве «когнитивно-речевого взаимодействия коммуникантов, направленного на передачу некоторого когнитивного содержания через посредство текста, эксплицирующего лингвистические и экстралингвистические стратегии подачи информации»¹²⁴. Последние имеют цель ориентировать адресата на определенное осмысление действительности и, как следствие, соответствующее поведение.

Таким образом, в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы медиадискурс рассматривается как продукт массовой коммуникации, в результате

¹²³ См.: Менджерицкая Е. О. Дискурс vs функциональный стиль: что есть язык СМИ // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – Вып. 54: Сер. Филология и искусствоведение. - № 13. – С. 99 – 103.

¹²⁴ Менджерицкая Е. О. Термин «дискурс» и типология медиадискурса. С. 54.

появления которого происходит передача некоторого когнитивного содержания от авторов к читателям. Медиадискурс репрезентирует идеологически и культурно обусловленные структуры общественного знания. Структура, интенциональность, выбор языковых стратегий медиадискурса определяются экстралингвистическими параметрами.

Дискурс СМИ является средством передачи информации в массовой коммуникации, что определяет ряд его функциональных и когнитивно-дискурсивных особенностей. Представляя информацию, дискурс СМИ использует типичные языковые средства выражения содержания и текстовые формы для его «упаковки», тем самым формируя медийную картину мира читателя (слушателя, зрителя) и его отношение к окружающей действительности, поскольку в медиадискурсе информирование тесно связано с воздействием.

Медиатекст, будучи языковым воплощением дискурса СМИ, является результатом когнитивной и речевой деятельности автора по производству сообщения и адресата, осуществляющего интерпретацию представленной информации¹²⁵. Участники массовой коммуникации имеют определенные когнитивные установки: адресант стремится быть адекватно понятым, адресат нацелен на получение нужной информации. Успешность такого коммуниктивно-речевого взаимодействия возможна при условии общности индивидуальных картин мира коммуникантов, схожести их когнитивного опыта и совпадения структур знания.

1.3. Медийная картина мира и дискурс СМИ

В ходе восприятия и усвоения информации об окружающей действительности («контакта человека с миром») в общественном и индивидуальном сознании происходит формирование целостного ментального образа, именуемого картиной мира¹²⁶. Важными особенностями картины мира являются:

¹²⁵ Дейк Т. А. ван Язык. Познание. Коммуникация. С. 123.

¹²⁶ Маслова В. А. Когнитивная лингвистика: Учебное пособие. – Мн. : ТетраСистемс, 2004. – С. 50.

1) систематичность, упорядоченность формирующих ее знаний; 2) способность к пополнению и уточнению с помощью информации, которую человек может приобрести, используя различные каналы и источники; 3) влияние на восприятие личностью окружающей действительности и на отношение к ней¹²⁷.

Получение и передача информации, в которых принимает участие человек, являются основой информационных процессов. Информационные процессы с философской точки зрения связаны с общим движением материи, результатом которого является развитие, приращение информации¹²⁸. Такое накопление человеком (группой людей) знания приводит к формированию информационной картины мира.

Данное понятие используется в связи с тезисом о том, что современное общество, вступив в постиндустриальную фазу своего развития, является информационным¹²⁹. По выражению Д. В. Кузнецова, особенность современного социума заключается в его зависимости от информации, превращающейся из совокупности знаний в операционный, побуждающий к действию фактор¹³⁰. Это означает, что существование и развитие общества основано на социальной интеракции и зависит от эффективности информационных процессов, связанных с получением, распространением и обменом различными данными. Важно также отметить тот факт, что информационные процессы могут осуществляться по разным каналам, посредством любых семиотических систем: как вербальной, так и аудиовизуальной, тактильной и других.

Из сказанного выше следует, что информационная картина мира (ИКМ) является предметом изучения философии и смежных дисциплин (социологии, кибернетики, теории информации). При этом изучение СМИ с точки зрения

¹²⁷ Попова З. Д. Когнитивная лингвистика. – М. : АСТ: Восток – Запад, 2007. – С. 51 – 52.

¹²⁸ Абдеев Р. Ф. Философия информационной цивилизации. – М. : ВЛАДОС, 1994.

¹²⁹ Земан И. Познание и информация. Гносеологические проблемы кибернетики. – М. : Прогресс, 1966. – С. 89.

¹³⁰ Кузнецов Д. В. Роль современных коммуникаций в формировании массового сознания // Философия и общество. – 2004. – №3. – С. 94.

лингвистической науки предполагает акцент на языковую опосредованность информационных процессов.

М. Н. Володина, давая определение ИКМ, включает в это понятие « всю совокупность знаковых систем, сигналов и проявлений информационных связей», одним из видов которых является язык¹³¹. Следовательно, ИКМ представляет собой систему структур знания, которые наряду с вербальным могут получать любое другое выражение.

На этом факте основано различие в определении самого понятия информации в лингвистике и других научных дисциплинах. Так, В. З. Демьянков подчеркивает, что «лингвист-когнитивист под информацией имеет в виду не совсем то же, что специалист в области теории информации»¹³².

Л. Г. Лузина выделяет три подхода к толкованию информации, сложившихся в ориентированных на изучение языка дисциплинах. В широком смысле информация – «сообщение о фактах, событиях, процессах, обычно оформленное и переданное языковыми средствами»; в теории коммуникации информация является средством снятия неопределенности суждения и представляет ту его часть, в которой содержатся новые сведения; в рамках когнитивной лингвистики информация – это «знание, репрезентируемое и передаваемое языковыми формами в коммуникации»¹³³.

Как видно из определений, понятие информации в лингвистике тесно связано с представлением о коммуникативной деятельности человека, в ходе которой происходит ее опосредованное языковыми единицами представление и восприятие.

¹³¹ Володина М. Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание. С. 10.

¹³² Демьянков В. З. *Studia Linguistica Cognitiva* – призыв к сотрудничеству // *Studia Linguistica Cognitiva*. – Вып. 1. Язык и познание: Методологические проблемы и перспективы. – М.: Гнозис, 2006. – С. 6.

¹³³ Лузина Л. Г. Распределение информации в тексте: (Когнитивный и прагматический аспекты). – М.: ИНИОН РАН, 1996. – С. 22 – 23.

По мнению Т. Г. Добросклонской, язык – основной инструмент передачи и обработки информации, используемый для организации знания¹³⁴. Он фиксирует «представления народа о действительности» и осуществляет «языковое членение мира, языковое упорядочение предметов и явлений» и формирует языковую картину мира (ЯКМ) – «заложенную в системных значениях слов» информацию о нем¹³⁵. Иными словами, ЯКМ – «мир в зеркале языка»¹³⁶, то есть вербальное отображение фактов, явлений, отношений к ним, зафиксированное в ментальных структурах, которые могут быть объективированы средствами определенного языка.

Информирование о происходящих в обществе событиях является приоритетной функцией СМИ. Отбор, интерпретация и распространение актуальной информации происходит непрерывно. В итоге средства массовой информации становятся основным источником знаний об окружающей действительности и «играют решающую роль в формировании информационной картины мира».

При этом для описания системы организованного знания об окружающем мире, складывающейся в массовом и индивидуальном сознании потребителя информации, распространяемой СМИ, представляется целесообразным использовать понятие медийной картины мира.

Медийная картина мира (МКМ) включается в информационную картину мира в качестве ее составной части. Это обусловлено ограниченностью содержания медиапотока, который складывается в результате отбора редакцией из всех происходящих в мире событий той информации, которая представляет новостную ценность. Кроме того, при всей комплексности способов представления информации, которыми располагают современные СМИ (аудиовизуальные, невербальные и вербальные, письменные и устные), человек в

¹³⁴ Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика. Системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь). – М. : ФЛИНТА: Наука, 2008. – С. 204.

¹³⁵ Попова З. Д. Когнитивная лингвистика. С. 54.

¹³⁶ Леонтьев А. А. Языковое сознание и образ мира // Язык и сознание: парадоксальная рациональность. – М. : Институт языкознания, 1993. – С. 18.

процессе познания использует еще более сложный арсенал источников получения информации об окружающей действительности. Как отмечает В. И. Карасик, в картину мира включаются зрительные, слуховые, обонятельные, осязательные и вкусовые представления¹³⁷.

В свою очередь, медийная картина мира шире языковой картины мира, поскольку МКМ – это представление о действительности, составляющими элементами которого являются как фрагменты, объективируемые в языке, так и фрагменты, которые формируются иными семиотическими системами.

В первую очередь, следует упомянуть о существовании в сознании потребителя массовой информации системы графических образов в совокупности с их значениями и отношениями как результата представления информации посредством фото и видео. Так, О. В. Дедова, говоря об особенностях невербального графического оформления электронного текста, использует понятие «графической неоднородности», под которой понимает «всю совокупность зрительных впечатлений, которая предшествует постижению смысла до начала чтения»¹³⁸. Помимо сети Интернет невербальные средства представления информации играют важную роль в таких видах СМИ, как телевидение и печатная пресса.

Передавая информацию как посредством письменных текстов, так и с помощью аудиовизуальных средств, СМИ формируют медийную картину мира, находящуюся на стыке информационной и языковой картин мира. Медийная картина мира обладает рядом специфических параметров, позволяющих отграничивать ее от информационной картины мира. К числу отличительных свойств МКМ относятся следующие.

1. *Концептуальная упорядоченность*. Взаимодействие человека (социальной общности) с окружающим пространством предполагает постижение и структурирование (категоризацию и концептуализацию) получаемой информации, а также выработку отношения к ней. Определенный порядок в по-

¹³⁷ Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. С. 88.

¹³⁸ См.: Дедова О. В. Теория гипертекста и гипертекстовые практики в Рунете. – М. : МАКС Пресс, 2008.

строении представлений о мире создается и поддерживается СМИ благодаря сложившимся конвенциональным параметрам представления информации, которые в первую очередь затрагивают тематическую (семантическую) систематизацию материалов и их узнаваемое форматное (формально-содержательное) построение. Т. Г. Добросклонская полагает, что, «выстраивая информационное пространство в соответствии с устойчивыми концептуальными моделями, выражающимися в четкой тематической структуризации медиаматериалов, СМИ создают и поддерживают целостную, упорядоченную картину мира»¹³⁹.

СМИ тиражируют как информацию, определенным образом организованную с точки зрения категориального и концептуального наполнения, так и отношение к ней. Таким образом происходит дополнение, расширение сложившейся в сознании читателя (зрителя, слушателя) МКМ и одновременно осуществляется закрепление ее аксиологической составляющей.

Следовательно, концептуальная упорядоченность МКМ основана на специфическом тематическом структурировании содержания медиапотока, она фактически является рукотворной, поскольку зависит от того, какая информация передается СМИ и как она оценивается авторами медиатекстов. С такой точки зрения МКМ потребителя массовой информации представляет собой отражение картины мира авторов текстов СМИ, а не непосредственной действительности, что отличает медийную и информационную картины мира.

2. *Аксиологичность* означает, что в каждом фрагменте МКМ присутствует оценка, которая детерминирует как восприятие событий действительности, так и их категоризацию.

Высокая степень аксиологизации содержания МКМ предопределяет обязательное присутствие оценки в медиатекстах. Современные средства массовой информации распространяют тексты, в которых, в зависимости от жанровой принадлежности, эксплицитно или завуалированно транслируется

¹³⁹ Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика. Системный подход к изучению языка СМИ. С. 204.

определенная точка зрения на представляемые события. Она встраивается в картину мира адресата и впоследствии определяет его собственное отношение к происходящему в обществе. Об этом пишет и Т. Г. Добросклонская: «Механизм функционирования СМИ предполагает не только отражение окружающей действительности, сколько <...> ее интерпретацию, комментарий, оценку, способствующие созданию определенного идеологического фона»¹⁴⁰.

Вопросы, связанные с реализацией идеологии в СМИ, активно изучаются Т. А. ван Дейком. По мнению ученого, идеология нацелена на легитимацию и репродуцирование власти, в первую очередь политической, и СМИ как социальный институт опосредуют этот процесс, формируя идеологически и аксиологически нагруженный дискурс¹⁴¹. Как содержание, так и манера, стратегии представления информации в таком дискурсе определяются идеологическими установками участников массовой коммуникации¹⁴². Очевидно, специфическая идеологическая модальность, всегда реализующаяся в медиадискурсе, лежит в основе манипулятивного потенциала СМИ, поскольку она распространяет и формирует в сознании реципиента систему ценностей, которая во многом определяет то, как протекает когнитивное освоение и интерпретация реальности.

Способность средств массовой информации эффективно транслировать идеологию особенно активно используется для представления информации о политической жизни общества. Как отдельные журналисты, так и целые издания сами становятся источником политической идеологии, представляя события с определенной точки зрения. Т. А. ван Дейк приходит к выводу о том, что доминирующие СМИ в основном поддерживают «фундаментальные ценности, нормы и властные установки» лидирующих политических сил в стране¹⁴³, однако это не мешает более узкой политической ориентации каждого

¹⁴⁰ Там же. С. 75.

¹⁴¹ Дейк Т. А. ван. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. Пер. с англ. – М.: Книжный дом «Либроком», 2013. – С. 53.

¹⁴² Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. С. 150. См. также: Dijk T. A. Ideology and discourse. A multidisciplinary approach. – Barcelona: Pompeu Fabra University, 2004. – P. 28.

¹⁴³ Дейк Т. А. ван. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. С. 77.

конкретного издания. Так, представители «Большой тройки» Великобритании поддерживают разные парламентские партии: газета «The Guardian» – Либеральную партию, газеты «The Telegraph» и «The Times» – Консервативную¹⁴⁴.

3. *Иерархичность*. Вопрос о структурировании МКМ был затронут выше, при описании ее концептуальной упорядоченности. При этом фрагменты МКМ складываются в определенную систему также на основании их оценки.

Оценка играет решающую роль в структурировании МКМ, поскольку значимость некоторого события, определяющая его высокий статус в МКМ, определяется аксиологическими установками интерпретанта – как автора, так и читателя медиатекста.

Компоненты МКМ встраиваются в иерархическую структуру, на вершине которой находится фрагмент, обладающий наибольшей ценностью с точки зрения новизны информации, ее актуальности, идеологической «правильности». Событие, представляемое СМИ как значимое, занимает приоритетную позицию по отношению к другим фрагментам МКМ, становится главным источником пополнения картины мира как знаниями, так и оценками. Каждому новому фрагменту, включаемому в МКМ, приписывается оценка, которая важна для определения его положения в иерархии образов событий, хранящихся в памяти человека.

Британские качественные Интернет-газеты традиционно публикуют материалы о коррупции в высших эшелонах власти. Информация об очередном коррупционном скандале периодически представляется на первой странице газет и неизменно становится важной новостью – о значимости такого рода статей говорит их более яркое графическое оформление по сравнению с остальными материалами и повторяемость в разных рубриках Интернет-газет. Представляемые газетой сведения дополняют МКМ новыми знаниями (кто из политиков, в чем оказался замешан) и подкрепляют имеющийся в сознании

¹⁴⁴ Negrine R. M. Politics and the mass media in Britain. – London : Routledge, 1994. – P. 9.

реципиентов образ коррупции как негативного явления британской политической системы дополнительными отрицательными оценками, присутствующими в тексте.

Важно отметить, что иерархия фрагментов в составе МКМ крайне изменчива. Современные СМИ демонстрируют тенденцию к частому обновлению публикуемых сообщений, в связи с чем каждое новое событие, попадающее в поле зрения СМИ, может стать главным в медийной картине мира в данный момент времени.

4. *Динамичность* МКМ связана с постоянным обновлением корпуса текстов, создаваемых и распространяемых СМИ. Средства массовой информации оперативно реагируют на происходящие в обществе события созданием текстов, и новизна представляемых фактов или комментариев является условием их востребованности. Динамичное обновление содержания обуславливает событийность МКМ, то есть насыщенность информацией о том, что происходит в обществе.

Процесс создания текстов СМИ непрерывен. Современные средства массовой информации обладают технической возможностью представления информации фактически в режиме реального времени.

Очевидно, возможность быстрого обновления контента СМИ обусловлена существованием четких жанровых форм медиатекстов, определяющих алгоритм их построения и наполнения содержанием. По мнению Т. Г. Добросклонской, одновременная динамичность и упорядоченность картины мира, формируемой СМИ, объясняется именно существованием устойчивых форматных моделей медиатекстов и четкой тематической структурой медиа потока¹⁴⁵.

Стоит подчеркнуть, что наибольшей оперативностью представления информации обладают сетевые СМИ, к которым относятся Интернет-газеты. Обновление их содержания происходит не в четко фиксированное время (как

¹⁴⁵ Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. С. 183 – 184.

это происходит в печатной прессе при выпуске очередного номера), а постоянно, в режиме он-лайн. Подтверждением является тот факт, что каждое новостное сообщение в сетевой газете сопровождается информацией не только о дате его опубликования, но и о времени (с точностью до минут) последнего обновления содержания текста с учетом развития ситуации.

Исходя из сказанного, медийную картину мира можно считать наиболее динамичной по сравнению с другими картинами – языковой, информационной, – поскольку она характеризуется быстрым пополнением и уточнением фрагментов с учетом сложившейся ситуации в той или иной сфере общественной жизни.

5. *Регулятивность* МКМ предполагает ее способность определять не только содержание текстов СМИ и оценку представляемых в них событий, но и стратегии представления информации.

Стратегия традиционно рассматривается как дискурсивное явление, связанное с непосредственным переводом ментальных структур, репрезентирующих фрагмент картины мира, в языковые, из которых строится текст. Дискурсивность стратегий предполагает их ситуативную обусловленность, то есть зависимость способов подачи информации от общего коммуникативного контекста, включающего, применительно к массовой коммуникации, участников, событийный фон и вектор интерпретации действительности конкретным изданием, связанный с его ценностными доминантами. Все это включается в медийную картину мира в качестве предпосылки для ее иерархического структурирования, о котором говорилось выше.

В этой связи можно говорить о том, что выбор стратегий для представления информации в каждом конкретном медиатексте зависит от того, какова позиция описываемого события в иерархии фрагментов МКМ. Например, при создании новостного текста о важном, сенсационном политическом событии автор из конвенционального набора стратегий построения текста данного ти-

па выберет те, которые сделают сообщение более экспрессивным, убедительным и эксплицируют авторскую оценку описанного события.

6. *Культуроспецифичность* предполагает наличие национально-культурных особенностей восприятия мира и сложившейся системы ценностей в пространстве медийной картины мира, сформированной на основе определенной национальной культуры и языка. Национальная специфика МКМ выражается в особенностях смыслового наполнения языковых единиц, типичных способах текстопостроения, характерных принципах концептуализации информационного пространства, которые, к примеру, определяют набор традиционно освещаемых в СМИ тем¹⁴⁶. Сложившиеся в данной национально-культурной общности ценности формируют менталитет и идеологию, которые играют основную роль в используемых подходах к интерпретации событий и стратегиях представления информации.

Т. Г. Добросклонская констатирует, что доля англоязычных медиатекстов во всем массиве текстов мировых СМИ является значительной. Это, по мнению исследователя, свидетельствует о глобализации мирового информационного пространства и экспансии англоязычной медиаречи, оказывающей воздействие на формат и содержание текстов массовой информации, создаваемых на других языках¹⁴⁷.

Таким образом, тексты СМИ, распространяя информацию о происходящих в обществе событиях, формируют медийную картину мира. Фрагменты МКМ упорядочены концептуально благодаря тематической структурированности содержания СМИ, наделены оценкой и в соответствии с ней распределены на иерархических уровнях МКМ. Вершину иерархии фрагментов картины мира может занять любое передаваемое в СМИ событие, и выбор стратегий представления информации в каждом конкретном тексте обусловлен иерархическим статусом события и приписываемым ему оценкам.

¹⁴⁶ Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика. Системный подход к изучению языка СМИ. С. 222.

¹⁴⁷ Там же. С. 12 – 14.

ВЫВОДЫ

Массовая коммуникация является сферой социального взаимодействия в современном обществе, нуждающемся в постоянном обмене разнообразной информацией. Распространение сведений об окружающей действительности осуществляется в процессе дискурсивной деятельности СМИ, которая заключается в передаче особенным образом обработанной и представленной информации от журналиста (корпоративного или персонифицированного автора текстов СМИ) к массовой аудитории.

Медиадискурс рассматривается как процесс и продукт массовой коммуникации, включающий представление в текстах СМИ информации, обработанной и поданной автором так, чтобы обеспечить достижение целей информирования адресата и оказания воздействия на него. Эта функциональная двойственность, а также такие факторы, как закреплённость данного образца речеупотребления за сферой массовой коммуникации; наличие сложившихся категорий автора и адресата, позиция которых относительно принципов представления информации определяет ориентацию данного вида СМИ на шкале «качество-популярность»; существование специфических языковых параметров осуществления коммуникативного взаимодействия; наличие жанровой дифференциации медиатекстов позволяют говорить о сложившемся публицистическом функциональном стиле, характеризующем язык СМИ. При этом изучение дискурса СМИ невозможно без учёта широкого коммуникативного контекста его реализации. Это предполагает рассмотрение аспектов когнитивного взаимодействия участников массовой коммуникации. Результатом дискурсивной деятельности СМИ является формирование медийной картины мира, то есть системы знаний об окружающей действительности, формируемой и поддерживаемой средствами массовой информации.

МКМ обладает такими признаками, как: 1) упорядоченность входящего в ее состав знания, основанная на тематическом структурировании потока передаваемой по каналам СМИ информации; 2) аксиологичность, то есть закрепление оценки за определенным фрагментом действительности; 3) иерархичность расположения фрагментов МКМ, обусловленная тем, как события оцениваются СМИ; 4) динамичность обновления содержания, особенно характерная для Интернет-газет; 5) регулятивность, иными словами, способность определять набор стратегий представления информации, используемых для построения медиатекстов; 6) культуроспецифичность, или учет национальной специфики медиадискурса при формировании МКМ.

ГЛАВА 2. СЕТЕВОЙ НОВОСТНОЙ ТЕКСТ В ДИСКУРСИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ИНТЕРНЕТ-ГАЗЕТЫ

2.1. Коммуникативные параметры Интернет-газеты как фактор текстопостроения

Обусловленность процессов представления информации в медиатексте функциональными и коммуникативными параметрами сферы его реализации была рассмотрена ранее. Теперь необходимо подробнее остановиться на таком виде медиатекста, как Интернет-газета и рассмотреть ее функциональные особенности.

Газета представляет собой традиционный вид печатных СМИ, появившийся задолго до возникновения радио, телевидения и сети Интернет; газетные тексты значительно превосходят остальные тексты в СМИ в количественном отношении; газета, благодаря доступности и оперативности обновления информации, занимает активнейшую роль в массовой коммуникации и охватывает самую разнообразную читательскую аудиторию. В связи с этим газетный дискурс является базовым видом медиадискурса, язык газеты – основным компонентом языка СМИ, а газетный стиль определяет функционально-стилистическое своеобразие медиатекстов¹⁴⁸.

В настоящее время расширение коммуникативного пространства газеты происходит за счет обращения к новым каналам распространения информации для массовой аудитории. Относительно новым явлением в системе средств массовой информации стало появление Интернет-газет.

В современной Великобритании отмечается процесс роста значимости Интернет-газет в медиа-пространстве страны. По данным газеты «Гардиан» читательский интерес к традиционно авторитетным, пользующимся спросом печатным изданиям, входящим в «Большую тройку» («The Britain's Big

¹⁴⁸ Васильева А. Н. Газетно-публицистический стиль речи. – М. : Русский язык, 1982. – С. 7. См. также: Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика. Системный подход к изучению языка СМИ. С. 36.; Богуславская В. В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов. С. 225.

Three»), неуклонно падает. Так, только в 2011 г. тираж таких ежедневных газет, как «The Daily Telegraph», «The Times» и «The Guardian» упал на 8,6%, 12,5% и 10,5% соответственно¹⁴⁹. Это свидетельствует о росте значимости Интернет-газет в медиа-пространстве страны и о росте популярности Интернет-версий традиционных печатных изданий.

Интернет-сайты перечисленных изданий были созданы в 1996 г., на волне расцвета сетевой прессы в США, где к этому году 175 газет имели собственные веб-сайты¹⁵⁰. Сегодня можно говорить о большой популярности представленных Интернет-газет Великобритании как в стране, так и за рубежом.

На сайте www.thetimes.co.uk (до 2010 г. www.timesonline.co.uk) размещаются материалы, публикуемые в газетах «The Times» и «The Sunday Times», а также статьи, созданные специально для Интернет-версии.

Сайт www.telegraph.co.uk объединяет ежедневную качественную газету «The Daily Telegraph» и выходящую по воскресеньям «The Sunday Telegraph», а также создаваемые специально для сетевой газеты статьи.

Интернет-газета «The Guardian» (до 2013 г. – сайт www.guardian.co.uk, а в настоящее время – www.theguardian.com, также представляет материалы воскресной газеты «The Observer»), по мнению Международной академии дигитальных наук и искусств, в 2005 г. была признана лучшей электронной газетой в мире. Ее ежемесячная читательская аудитория составляет 11 миллионов человек, лишь пятая часть из которых проживают в Великобритании¹⁵¹.

Исходя из общей классификации СМИ, распространяемых через Интернет, основанной на наличии у сетевых изданий офлайн-прототипов, выделим следующие типы сетевых газет:

1) электронные копии, «клоны» печатных газет, использующие структуру, наборы рубрик, данные и текстовые форматы прототипов; обновляю-

¹⁴⁹ At their best, newspapers have become beautiful objects // The Guardian. 23.09.2011.

¹⁵⁰ См.: Лукина М. М. СМИ в домене РУ: хроника, цифры, типы // Вестник Моск. ун-та. – Сер. 10. «Журналистика». – 2001. – №6. – С. 63 – 73.

¹⁵¹ Любимов Б. И. Интернет в Великобритании // К мобильному обществу: утопии и реальность / Под ред. Я. Н. Засурского. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2009. – С. 220.

щие информацию с той же периодичностью и не стремящиеся адаптировать статьи к восприятию информации *on-line*;

2) оригинальные Интернет-издания, не имеющие печатных аналогов, следующие законам представления информации, продиктованным сферой их информационного вещания и требованиями потребителей: текст сообщений пронизан гиперссылками на другие источники, что облегчает поиск нужных данных, дополнен мультимедиа, его содержание постоянно обновляется;

3) модифицированные *on-line*-версии печатных изданий, «гибриды», объединяющие в себе черты традиционной прессы и оригинальных веб-газет¹⁵².

Гибридные Интернет-газеты – «The Guardian», «The Telegraph», «The Times», – являющиеся объектом данного исследования, созданы на базе нескольких *off-line*-прототипов с целью расширения информационного пространства, то есть для увеличения читательской аудитории. Для них характерно сохранение содержательных приоритетов, идеологического вектора и основных стилевых черт материнского издания. Иными словами, веб-газета использует название прототипа (в нашем случае ежедневного издания), аналогично ему избирает тематику сообщений, поддерживает идеологическую установку его редакции.

В организации, структурировании представляемой информации электронная газета придерживается тех же законов, что и печатная: производится распределение статей по рубрикам, отдельные материалы анонсируются на первой странице, статьи оформляются в соответствии с общепринятыми языковыми и форматными параметрами, характерными для того или иного жанрового типа текста. Кроме того, сетевая газета часто содержит материалы, написанные сотрудниками материнского издания и опубликованные в *off-line* - варианте.

¹⁵² Лукина М. М. СМИ в домене РУ: хроника, цифры, типы. С. 67 – 69. См. также: Какорина Е. В. СМИ и Интернет-коммуникация (области пересечения и проблемы взаимодействия) // Язык современной публицистики: Сб. статей / сост. Г. Я. Солганик. – М. : Флинта: Наука, 2007. – С. 68.

Статус прототипа с учетом оценочной шкалы «качественность – популярность» также распространяется на гибрид. Специфика «качественной» аудитории, на которую нацелена Интернет-газета, заключается в многочисленности, особенно если речь идет о лидирующих международных изданиях. Рост числа потребителей, значительная часть которых читает газету на неродном языке, приводит к максимальной стандартизации семантической структуры и клишированности лексических единиц, отказу от средств выражения, предполагающих знание тонкостей национальной коммуникативной культуры или отклоняющихся от нормы современного речеупотребления.

Признаком качества Интернет-газеты являются достоверность факта и авторитетность комментария, которые в условиях глобальности информационного вещания в сети Интернет могут оказывать большое влияние на общественно-политические и экономические процессы в отдельно взятой стране или на межнациональном уровне¹⁵³.

Тем не менее, несмотря на наличие общих принципов функционирования печатной и сетевой газеты, специфика компьютерно-опосредованной коммуникации оказывает значительное влияние на процесс построения текста, что в первую очередь связано с такими техническими параметрами представления вербальной информации, как электронная форма существования, мультимедийность, нелинейность и интерактивность¹⁵⁴.

Создавая текст для его распространения в электронной форме, автор исходит из специфики восприятия текста в сетевом пространстве читателем: восприятие объемного линейного текста с экрана монитора затруднено, чтение текста Интернет-пользователем превращается в «просмотр», сканирование, что обуславливает новые принципы подачи информации. Текст представляется в виде содержательных фрагментов, зрительно отграниченных

¹⁵³ Negrine R. M. Politics and the mass media in Britain. P. 9.

¹⁵⁴ Щипицина Л. Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. – М. : КРАСАНД, 2010. – С. 59.

друг от друга интервалом. Важные элементы содержания визуализируются посредством размера и цвета шрифта, гиперссылок, оформления списка¹⁵⁵.

Кроме того, на языковое оформление Интернет-текста оказывают влияние технические параметры, присущие электронной коммуникации, в первую очередь мультимедийность.

В общем смысле под мультимедиа понимается многочисленность средств выражения содержания и его передачи в процессе коммуникации. Применительно к современным электронным СМИ термином «мультимедийность» обозначают комплексные коммуникационные технические системы, позволяющие представлять данные в виде текстов, звуков и образов¹⁵⁶.

Мультимедийность текста как единицы коммуникации предполагает его «выход за вербально-лингвистические пределы», превращение в «коммуникационный конгломерат»¹⁵⁷, в котором представление информации осуществляется комплексно. Это значит, что языковая составляющая текста рассматривается автором и адресатом только как часть текстового единства, органически связанная с его остальными компонентами.

Интеграция разнородных видов информации в рамках одного сообщения образует гипертекст, в котором организация всех видов данных в едином «контейнере» осуществляется посредством гиперссылок, позволяющих пользователю перемещаться от одной содержательной единицы к другой не только внутри сообщения, но и за его пределами, в том числе с переходом на другой сайт¹⁵⁸.

Термин «гипертекст» был введен математиком Т. Нельсоном в 1965 г. для обозначения непоследовательной формы письма, которая ветвится или осуществляется по запросу¹⁵⁹. В современных лингвистических исследовани-

¹⁵⁵ Там же. С. 59. См. также: Дедова О. В. Теория гипертекста и гипертекстовые практики в Руненте. С. 102.

¹⁵⁶ Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004. – С. 215.

¹⁵⁷ Засурский Я. Н. Медиатекст в контексте конвергенции // Язык современной публицистики: Сб. статей / Сост. Г. Я. Солганик. – 2 –е изд., испр. – М. : Флинта: Наука, 2007. – С. 8 – 9.

¹⁵⁸ Quintana, Y. News on the Internet: Technologies and Trends // www.isoc.org. 10.11.09.

¹⁵⁹ Дедова О. В. Теория гипертекста и гипертекстовые практики в Руненте. С. 50.

ях гипертекстуальность приписывается не только сетевым (например, математическим) текстам, но любым текстам вообще, поскольку по сути является принципом моделирования текста, единицы которого находятся в нелинейных отношениях¹⁶⁰. Гипертекстуальность традиционно усматривается в организации словарных статей, художественных произведений постмодернистской парадигмы, Библии.

При этом ряд исследователей указывают на принципиальное отличие гипертекста, реализующегося в Интернет-пространстве, и отмечают тот факт, что в максимальной степени гипертекстуальность присуща именно электронному тексту¹⁶¹. Гипертекст – это «модель организации электронного текста, характеризующаяся специфической структурированностью и разветвленной системой программно поддерживаемых внутритекстовых и межтекстовых переходов, предполагающая возможность читательского интерактивного воздействия на последовательность воспроизведения композиционных единиц»¹⁶².

Под такими переходами понимаются гиперссылки, маркирующие одно или несколько слов в теле текста, обеспечивая тематическую связь между смежными сообщениями, аналогичную лексической когезии между компонентами внутри текста. Гиперссылками также являются заголовки статей, входящих в группу «Related links», списком размещенных в тексте и выполняющих функцию анонса материалов, опубликованных в Интернет-газете на данную тему.

Система отсылок, делающая возможным переход от одного уровня информации к другому, говорит о нелинейности организации информационного пространства в Интернете, его многомерности¹⁶³.

¹⁶⁰ Чернейко Л. О. Гипертекст как лингвистическая модель художественного текста // Структура и семантика художественного текста. Доклады VII Международной конференции. – М., 1999. – С. 446.

¹⁶¹ Потапова Р. К. Новые информационные технологии и лингвистика: учеб. пособие. – М.: УРСС, 2002. – С. 264.; Щипицина Л. Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. С. 62.

¹⁶² Дедова О.В. Теория гипертекста и гипертекстовые практики в рунете. С. 50.

¹⁶³ Юдина Т. В. Универсальные и специфические характеристики Интернета как формы коммуникации // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М. Н. Володиной. – М.: Акаде-

Нелинейность (фрагментарность, дисперсность) составляет отличительную особенность электронной текстуальности¹⁶⁴, поскольку автор создает такое текстовое пространство, в котором элементы содержательной структуры не связаны жесткой линейной последовательностью, обусловленной логикой описываемой ситуации. Это скорее набор смысловых фрагментов, выраженных языковыми и невербальными средствами, объединенных между собой как непосредственно, с использованием различных средств когезии, так и опосредованно, через отнесенность к общей тематической области. Такое строение текста позволяет читателю свободно перемещаться от одних компонентов содержания к другим, самостоятельно определяя последовательность их воспроизведения и формируя собственную модель представленной ситуации с той или иной степенью детализации.

Окончательная презентация информационного продукта, то есть то, в каком виде предстанет, к примеру, читателю веб-газеты интересующая его статья, определяется им самим: пользователь может по своему усмотрению активизировать различные формы мультимедийного представления данных (прилагающиеся фото- и видеоматериалы) или ограничиться прочтением текста; просмотреть краткое содержание сообщения, предлагаемое в анонсе статей на первом уровне сайта, или пройти по гиперссылке и, открыв полную версию текста, изучить ее подробно. Посетитель имеет возможность самостоятельно дополнить картину события, обратившись к другим сообщениям, касающимся данной темы, в том числе архивным, а также изучив комментарии других читателей или приняв участие в форуме.

Активный тип опосредованного компьютерной системой взаимодействия человека с информацией, при котором пользователь самостоятельно управляет процессом восприятия фактов с помощью введения определенных

мический проект; Альма Матер, 2008(a). – С. 654. См. также: Щипицина Л. Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация. С. 67.

¹⁶⁴ Дедова О. В. Теория гипертекста и гипертекстовые практики в Руненте. С. 35.

команд или данных, определяется как интерактивность¹⁶⁵. С точки зрения коммуникативного аспекта интерактивность подразумевает опосредованное сетью Интернет общение людей в пределах одного текста¹⁶⁶, причем это общение осуществляется как по оси «автор – адресат» посредством собственно текста, так и между адресатами в виде комментария.

Интернет-газета демонстрирует принцип интерактивности как в техническом обеспечении навигации по содержащимся в ней материалам посредством гиперссылок, так и включением в текстовое пространство читательских комментариев. Во всех рассмотренных Интернет-газетах раздел с читательскими комментариями представленного события, в который можно пройти по гиперссылке «Comments» или «Jump to comments», размещается в верхней части формальной структуры новостного текста, в графе, где указан автор сообщения, дата и время опубликования статьи. Там же указано текущее количество читательских откликов на материал.

Тот факт, что наличие читательских комментариев отмечается в приоритетной части формально-содержательной структуры текста, позволяет делать вывод о значимости этой информации. Во-первых, большое количество откликов должно сигнализировать об актуальности статьи и стимулировать интерес читателя. Во-вторых, приложение с читательским комментарием нацелено на привлечение той части аудитории, которая стремится активно выражать свою позицию относительно происходящих в обществе событий. Желание участвовать в on-line-дискуссии заставляет читать статью. В-третьих, комментарий дополняет представление информации новостного текста оценками, необходимыми для формирования собственного отношения к представленному событию в сознании каждого читателя. Предположительно, включение в данный раздел «нужных» оценок способствует направленному воздействию на адресатов.

¹⁶⁵ Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. С. 172.

¹⁶⁶ Щипицина Л. Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. С. 73.

Подводя итог, стоит повторить, что электронная газета представляет собой медиа-продукт, посредством которого осуществляется информационное вещание в комбинированном режиме и сочетаются различные способы презентации информации, что дает возможность читателю «взаимодействовать» с этими данными в интерактивной форме.

При этом нельзя не отметить тенденцию качественных сетевых газет к ограничению объема мультимедиа данных в пользу текстовых сообщений¹⁶⁷. Очевидно, это связано с тем, что авторитетные издания ориентируются на аудиторию, нацеленную скорее на получение достоверной информации, чем на развлечение. Именно характер аудитории определяет специфику качественной сетевой публицистики: преобладание новостных и информационно-аналитических типов текста; минимизация количества гиперссылок внутри текста для обеспечения максимальной концентрации на содержании сообщения; фокус на темах, касающихся сфер политики, экономики и бизнеса.

Таким образом, гибридной является образованная на базе печатного издания самостоятельная газета, существующая в электронной форме и распространяемая в сети Интернет. Гибридные издания демонстрируют новые способы организации и представления информации посредством гиперссылок, мультимедиа, но сохраняют при этом отдельные черты своего *off-line*-прототипа: тематическая ориентированность, нацеленность на определенную качественную аудиторию, стремление к языковой и структурной клишированности, использование сложившихся в результате журналистской практики текстовых типов и жанров для «упаковки» информации.

2.2. Сетевой новостной текст как тип медиатекста

Вопрос о статусе сетевого новостного текста в пространстве дискурса СМИ в современных лингвистических исследованиях недостаточно разработан. В то же время в теории журналистики типология текстов, существующих

¹⁶⁷ См.: Quintana, Y. News on the Internet: Technologies and Trends // www.isoc.org. 10.11.09.

в среде масс-медиа, является предметом пристального внимания ученых¹⁶⁸, и общепринятая их классификация была создана с перспективной целью выработки универсальных правил построения текстов для применения в журналистской практике. В понятие жанра вкладывается при этом не набор языковых (стилистических) и понятийных характеристик текста, как это принято в лингвистической традиции (а именно – в лингвистике текста), а правила представления информации, воспринимаемые как «правила поведения» и изучаемые в ходе освоения журналистской профессии¹⁶⁹.

В отличие от журналистики четкая жанровая классификация медиатекстов в лингвистике едва ли возможна по причине их активной гибридизации в современных СМИ. Однако предлагаемый теоретиками журналистики подход к пониманию текстового жанра может быть использован в дискурсивных исследованиях, где жанр понимается как «канон, стереотип порождения и восприятия речи»¹⁷⁰, «форма трансляции» норм текстопорождения¹⁷¹ и изучается в связи со способами построения связной речи с акцентом на то, как «фактор жанра модифицирует наряду с другими факторами способ дискурсивации»¹⁷².

При таком подходе новостной текст следует рассматривать как тип медиатекста и описывать с точки зрения характерных для жанра новостных сообщений стратегий текстопостроения.

Сетевой новостной текст является видом новостного текста наряду с газетным, телевизионным и т.д., выделяемыми на основании реализации в определенном канале средств массовой информации. Включение параметров тематической общности, метода сбора информации и формальных особенностей ее представления, превалирующего способа отображения действительности позволяет выделять жанры в пределах типа медиатекста. Так, инфор-

¹⁶⁸ См.: Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / Ред.-сост. С. Г. Корконосенко. – СПб. : Знание, СПБИНВЭСЭП, 2000. – С. 125 – 186.; Тертычный А. А. Жанры периодической печати. С. 17.

¹⁶⁹ См.: Конурбаев, М. Э. Критерии выявления публицистических жанров. С. 371.

¹⁷⁰ Карасик В. И. О категориях дискурса // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты: сб. науч. тр. – Волгоград – Саратов : Перемена, 1998. – С. 192.

¹⁷¹ Левинтова Е. Н. Существующие и возможные герменевтические подходы к вопросу о жанре // Общая стилистика и филологическая герменевтика. – Тверь : Твер. гос. ун-т, 1991. – С. 15.

¹⁷² Тырыгина В. А. Жанровая стратификация масс-медийного дискурса. С. 33.

мационные (новостные) жанры представлены информационной заметкой, корреспонденцией, анонсом, репортажем, хроникой, интервью, отчетом, обзором (обзором) и другими¹⁷³.

Структурные и содержательные характеристики сетевого новостного текста содержат типологические признаки своего газетного прототипа в сочетании с особенностями, связанными с реализацией в сети Интернет.

Говоря о структуре текста, стоит отметить тот факт, что эта проблема не раз становилась предметом изучения в лингвистике¹⁷⁴ [см., например: Гальперин, 1982; Новиков, 1983; Дейк, 1989]. Вместе с тем ее разработка в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы представляется по-прежнему актуальной. Анализ текстовой структуры *с когнитивных позиций* дает возможность конструировать модели базовых текстов с учетом вида дискурса и определять типичные для этих моделей дискурсивные стратегии.

С позиций функционального подхода, при котором форма языкового воплощения ставится в зависимость от функции высказывания, структурирование единиц содержания текста осуществляется на основе распределения тематических и рематических компонентов входящих в текст предложений. Намерения говорящего и коммуникативный контекст, включающий общий для адресанта и адресата фонд знаний, определяют принципы распределения тем и рем в тексте – от известного к новому. Переход от одного тематического блока к другому (движение тематической информации) формирует текстовую структуру, элементы которой соединяются по определенному принципу.

Функциональное исследование композиции предполагает рассмотрение принципов и приемов организации текста в русле стилистической концепции. Функционально-стилистическая, жанровая типология основывается на выведении универсальных свойств текстов разной функциональной направленности.

¹⁷³ См.: Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров; Тертычный А. А. Жанры периодической печати.

¹⁷⁴ См., например, Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования; Новиков А. И. Семантика текста и ее формализация. – М. : Наука, 1983.

С позиции коммуникативного подхода анализ текстового содержания выходит в плоскость дискурса, а текст рассматривается в качестве продукта речевой деятельности, служащего средством сообщения сведений, то есть «изменения информационного статуса адресата»¹⁷⁵.

При таком рассмотрении структура текста складывается из последовательно вербализованных смысловых элементов, представляющих собой ментальные формы хранения и структурирования знаний о мире. Они могут получать разную терминологическую формулировку: предикат, выражающий предметно-смысловую связь между предметами [Дридзе, 1976; Жинкин, 1982]; денотат, т.е. образ некоторого фрагмента действительности, входящий в организованную систему знаний человека и обеспечивающий его коммуникативно-познавательную деятельность; пропозиция как особая форма репрезентации знаний, в которой установлено соотношение данных и новых информационных элементов¹⁷⁶. По-разному определяя единицы текстовой структуры, исследователи придерживаются общего мнения о том, что в ней отражаются знания, намерения и оценки автора.

Общим положением представленных подходов является обусловленность семантической организации текста логикой внеязыковых отношений между объектами и явлениями: порядок распределения содержательных элементов в тексте является следствием процесса отражения предметов и ситуаций реальной действительности, коммуникативная значимость которых оценивается автором высказывания.

При этом решение о том, какая информация тематической структуры события наиболее значима, принимается автором с учетом ценностей, сложившихся идеологических ориентиров и других норм коммуникативной деятельности в рамках определенной сферы общения.

Сходным образом строится анализ содержательной структуры текста в когнитивно-дискурсивных исследованиях: представление информации видит-

¹⁷⁵ Дейк Т. А. ван Язык. Познание. Коммуникация. С. 312 – 313.

¹⁷⁶ См.: Лузина Л. Г. Распределение информации в тексте.

ся когнитивным процессом, репрезентирующим событие действительности с разной степенью детализации и его последующую объективацию средствами языка в соответствии с дискурсивными условиями порождения текста. Механизмы языка, используемые для воплощения некоторого содержания в заданных композиционных формах, формируют стратегический компонент структуры сетевого новостного текста.

Характер структурирования текста при таком подходе объясняется тремя факторами: универсальностью процесса обработки информации любого рода в любых коммуникативных обстоятельствах, опорой на сложившуюся модель текста определенного вида, а также влиянием экстралингвистического контекста на способы распределения и представления информации.

В концепции Т. А. ван Дейка, объединяющей коммуникативный (по сути дискурсивный) и когнитивный подходы, текст является продуктом отражения ситуации, а его смысловые части отражают ее элементы. «Когнитивным коррелятом», то есть лингвистической моделью ситуации, является пропозиция. Постигание некоторого события действительности начинается с активизации модели подобной ситуации, хранящейся в памяти репортера и задающей правила редукции информации и ее организации в тексте. Ментальная процедура определения иерархии пропозиций, составляющих ситуацию, приводит к формированию содержательной структуры, в которой детали события градуируются по степени значимости для автора и складываются в текстовую макроструктуру¹⁷⁷.

Таким образом отобранные и структурированные эпизоды представляемой ситуации в процессе построения новостного текста встраиваются в его формальную схему, именуемую Т. А. ван Дейком «суперструктурой». По мысли исследователя, суперструктура состоит из блоков («категорий»), каждый из которых особым образом наполняется содержанием. К обязательным блокам новостного текста относятся *Краткое Содержание*, представленное

¹⁷⁷ Дейк Т. А. ван Язык. Познание. Коммуникация. С. 69.

заголовком и подзаголовком; *Главное Событие*, описываемое во вводном предложении; *Фон*, формирующий контекст, в котором развивается представляемое событие¹⁷⁸.

Конвенциональная форма новостного текста задает начало стратегии текстопорождения, главным принципом которой является представление наиболее важных компонентов содержательной структуры в блоках *Краткое содержание* и *Главное событие* и расположение менее важных элементов содержания в блоке *Фон*.

Иными словами, структурирование новостного текста на формально-содержательном уровне подчиняется правилу релевантности, который Т. Г. Добросклонская именует принципом «перевернутой пирамиды»¹⁷⁹. В соответствии с ним наиболее важная информация сообщается в начале текста, а менее важная – в конце.

Сетевой новостной текст, т.е. новостной текст, создаваемый для Интернет-газеты, обладает специфической семантической *структурой*, обусловленной в первую очередь многоуровневостью организации информации в условиях *on-line* СМИ.

Основываясь на концепции Т.А. ван Дейка, в семантическую структуру сетевого новостного текста можно включить следующие пропозитивные элементы:

1) топик – результат максимального сжатия содержания текста, отражающий его главный предмет и представляющих один из устойчивых тематических компонентов массовой информации, таких как политика, экономика, образование и так далее¹⁸⁰. Топик эксплицируется в названии рубрики, к которой отнесен текст в Интернет-газете;

2) тема – смысловое ядро текста, конденсированное и обобщенное содержание текста; субъективно выделенная когнитивная единица, (макро)пропозиция, отражающая значимую с позиции продуцента информацию,

¹⁷⁸ Там же. С. 253 – 258.

¹⁷⁹ Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. С. 76.

¹⁸⁰ Там же. С. 58.

выраженную в ядерной пропозиции. Тема эксплицируется автором в заголовочном комплексе сетевого новостного текста;

3) подтемы – компоненты содержания текста, направленные на детализацию описываемой в тексте ситуации, то есть непосредственно или опосредованно раскрывающие аспекты основной темы текста. Коммуникативные цели автора задают параметры отбора элементов представляемой ситуации для их реализации в основной и периферийной части содержательной структуры.

Совокупность темы и подтем формирует семантическую структуру сетевого новостного текста, которая может быть представлена в виде иерархии, верхний уровень которой занимает топик, ниже расположена «ядерная» пропозиция основной темы текста. Далее рассредоточены подтемы, отражающие остальную часть значений текста. Так складывается организованная семантическая структура, в которой единицы содержания имеют разный информационный статус.

Формальные характеристики новостного текста особым образом преломляются, дополняются в связи с его существованием в условиях Интернет-коммуникации. Многоуровневость и гипертекстуальность сетевого новостного текста определяют специфику реализации блоков формальной структуры.

Многоуровневая система организации информации, передаваемой текстом в сети Интернет, приводит к распределению основного содержания сетевого новостного текста по нескольким веб-страницам. В результате блок *Краткое содержание*, представленный заголовочным комплексом, располагается на нескольких уровнях сайта и может получать различное языковое оформление пропозиционального содержания. Это связано с различием выполняемых ими функций.

Первый заголовочный комплекс, входящий в перечень опубликованных новостных сообщений в определенной рубрике, представляет собой анонс текстового содержания. Его цель – кратко представить информацию, переда-

ваемую текстом и привлечь внимание читателя, побудить его перейти на следующий уровень сайта, где расположен текст сообщения. В связи с этим первый заголовок сетевого новостного текста – краткий, он представляет собой простое предложение, пропозицию, отражающую основную тему статьи или одну из тем, входящих в блок *Фон*. Выбор содержания, передаваемого на данном этапе, производится в пользу потенциально интересного, даже скандального.

Первый заголовок содержит ключевые для поиска слова, отсюда большая частотность употребления имен политических персоналий, названий стран, которые актуальны в информационном пространстве в текущий момент времени. Таким образом, редакция эксплуатирует так называемые «buzz topics» – «горячие темы»¹⁸¹ для привлечения внимания к определенному материалу. В связи с тем, что первый заголовок выполняет навигационную функцию, он должен отвечать на поисковый запрос по содержащейся в нем информации, что обуславливает отказ от образных средств выражения в пользу констатирующего утверждения¹⁸².

Второй заголовок, расположенный на втором уровне сайта вместе с текстом статьи, может совпадать или отличаться от первого заголовка. Его отличительная особенность в качественных Интернет-газетах заключается в максимальном соответствии форматным требованиям к новостному тексту – точной передаче текстового содержания. В отличие от заголовка первого уровня он прежде всего направлен на выполнение информирующей функции и, как правило, лишен экспрессивной окраски.

Блок *Главное событие* располагается в начале сетевого текста в виде одного или нескольких предложений (*the lead* – «вводное предложение»). Его назначение – передать основное содержание с минимальным количеством деталей для того, чтобы наиболее точно представить событие, послужившее поводом к написанию статьи. Детализация представляемого события осуществ-

¹⁸¹ Там же. С. 11.

¹⁸² Лукина М. М. СМИ в домене РУ: хроника, цифры, типы. С. 254.

ляется посредством добавления новых данных к одному или нескольким компонентам ядерной пропозиции, вынесенной в заголовочный комплекс.

Блок *Фоновое содержание*, самый крупный по объему, складывается из подтем, дополняющих основную тему новой информацией.

Тело текста разделено на смысловые блоки – абзацы, являющиеся языковым выражением макроситуаций. Относительная содержательная автономность каждого абзаца, частое отсутствие типичных средств когезии между ними являются отличительными особенностями содержательной структуры сетевого новостного текста и представляют собой эффективный способ детализации описываемого события, а также оказания воздействия на читателя.

Монтажность как принцип организации семантической структуры сетевого новостного текста проявляется также в системе гиперссылок, которые, во-первых, акцентируют внимание читателя на отдельных компонентах содержания, во-вторых, служат началом навигационного пути к другим текстам, дополняющим картину представляемой ситуации, а в-третьих, являются средством осуществления воздействия на читателя. Принцип фрагментарности позволяет авторам вводить в семантическую структуру текста содержание, опосредованно связанное с его темой и содержащее имплицитную оценку описываемой ситуации.

Объединяя все три уровня структурирования сетевого новостного текста, можно схематично представить его структуру следующим образом.

Структура сетевого новостного текста

Суперструктура	Формальная структура	Содержательная структура
топик	заголовок 1 уровня подзаголовок 1 уровня	Краткое содержание
тема	заголовок 2 уровня подзаголовок 2 уровня	

	вводное предложение	Главное событие
подтемы	тело текста	Фон

Итак, сетевой новостной текст представляет собой продукт вербализации компонентов семантической структуры посредством типичных для данного вида дискурса практик и их представления в устойчивых блоках формальной структуры.

Формальная структура служит отправной точкой в процессе построения сетевого новостного текста, поскольку, с точки зрения журналиста, представляет собой матрицу, наполняемую некоторым содержанием. Знание о типичных компонентах семантической структуры сетевого новостного текста определяет характер ментальной обработки новостного события автором (категоризация ситуации, ее дискретизация, выявление основной информации) для его последующего воплощения в тексте.

Содержание сетевого новостного текста репрезентирует один из топиков дискурса СМИ. Несмотря на общность тематического фонда всех средств массовой коммуникации, сетевой новостной текст обнаруживает специфику в освещении даже такой традиционной темы, как политика.¹⁸³

Стоит отметить, что особенностью современной политической коммуникации является ее опосредованность СМИ, которые позволяют сделать политику доступной для массового адресата. И. Н. Денисова утверждает, что сегодня сложилась новая форма политики – публичная, – представляющая собой систему взаимоотношений между властью и обществом, основанную на «принципах открытости, прозрачности и информированности»¹⁸⁴.

В этой связи топик «политика» является одним из главных и наиболее устойчивых тематических блоков качественных СМИ, входя в их «тематиче-

¹⁸³ Напомним, что данное исследование ведется на материале новостных текстов политической тематики, публикуемых в британских качественных Интернет-газетах.

¹⁸⁴ Денисова И. Н. Инструменты российской публичной политики: взгляд прессы // Вестник Моск. ун-та. – Сер. 10. «Журналистика». – 2007. – №2. – С. 109.

ский репертуар»¹⁸⁵ и формируя один из основных компонентов когнитивной базы массовой информации¹⁸⁶.

Таким образом, сетевой новостной текст как тип медиатекста реализует базовые признаки новостного типа текста, но при этом обладает рядом собственных видовых черт, обусловленных спецификой Интернет-коммуникации.

2.3. Соотношение новостного текста печатных и Интернет-газет

Влияние условий реализации медиатекста в определенном канале массовой коммуникации на принципы его построения, постулированное ранее, может быть проиллюстрировано на примере соотношения новостного текста печатных и Интернет-газет.

Гибридная Интернет-газета демонстрирует генетическую связь с печатным прототипом, проявляющуюся в способах вербального представления информации. Это вызвано тем, что содержание сетевой новостной газеты в значительной степени составляют статьи, опубликованные в печатном издании, в особенности это касается новостных сообщений о политике.

Данный факт объясняет существование сетевых и печатных текстов, идентичных с точки зрения вербального воплощения их содержания: они имеют одинаковые заголовки, объем, структурно-семантическое (абзацное) членение. При этом важно подчеркнуть, что канал тиражирования текста определяет специфику представления его неязыковых элементов.

1. При сравнении одинаковых с точки зрения вербализации содержания печатных и сетевых новостных текстов выявлено, что они дополняются разными иллюстрациями: первые имеют более экспрессивные, сюжетные изображения, семантически связанные с текстом и дополняющие его содержание оценкой, которая как имплицитно вкладывается в саму иллюстрацию, так и эксплицируется в сопроводительной надписи под ней. Эффектное изображение также служит средством привлечения читательского внимания к мате-

¹⁸⁵ Дейк Т. А. ван Язык. Познание. Коммуникация. С. 56.

¹⁸⁶ Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. С. 58.

риалу. Как правило, газетные иллюстрации – цветные, имеют большой формат, занимают значительный объем пространства страницы, что говорит о значимости иллюстраций для представления информации в печатных СМИ.

Сетевые варианты таких сообщений имеют другого рода фотографии: их сюжеты более статичны, они имеют небольшой формат. Это объясняется, во-первых, нежеланием автора «перегружать» текст невербальной информацией, которая может быть получена и из видео-файлов, ссылки на которые есть в статье, во-вторых, небольшой размер иллюстрации ускоряет загрузку статьи.

Например, статья «*MP used daughter in expenses scam*» в газете «The Sunday Times» занимает половину страницы¹⁸⁷. Половину из этого пространства, в свою очередь, редакция отвела под фотографию, на которой изображен член парламента Дэвид Чейтор, обнимающий свою юную дочь. Они счастливо смеются, стоя на фоне особняка, окруженного цветущим садом. Идиллическая картина, представленная на иллюстрации, диссонирует с заголовком, в котором политик обвиняется в мошенничестве в ходе сделок с недвижимостью и вовлечении дочери в эту аферу, что придает тексту публикации иронический характер.

В сетевом варианте данный новостной текст сопровождается другой иллюстрацией: на ней крупным планом изображен Д. Чейтор; данная фотография не выполняет оценочной функции, а скорее помогает читателю точно понять, о каком политике идет речь.

Также частотны случаи, когда текст, опубликованный в печатной газете без фотографии, точно дублируется в Интернет-издании и сопровождается иллюстрацией, которая является обязательным атрибутом каждого сетевого текста.

2. Опубликование текста в печатной газете сопровождается формированием объемных композиционно-структурных блоков (абзацев), предложения

¹⁸⁷ MP used daughter in expenses scam // The Sunday Times. 24.01.2010.

внутри которых объединены общей тематикой. В Интернет-газете тот же текст дробится на более мелкие композиционные элементы, почти каждое предложение становится отдельным абзацем. Разделению подвергаются в том числе фразы из одного фрагмента прямой речи.

Стоит отметить, что в большинстве случаев опубликование новостного текста одного содержания в сетевой или печатной газете подразумевает частичную трансформацию его вербальной составляющей, что также представляет интерес для данного исследования.

3. Печатный текст и его сетевой вариант часто имеют разные заголовки. Отличие может состоять в объеме: первый предваряется более кратким заголовком, что обусловлено экономией газетного пространства. Сокращение осуществляется путем опущения отдельных деталей, например, заголовку печатного новостного текста «*Cabinet fears over Andrew's trade role*»¹⁸⁸ соответствует сетевой вариант «*Cabinet fears over Prince Andrew's trade role*»¹⁸⁹, в котором точно указано, о ком идет речь. Тот же принцип используется в паре заголовков «*PM: cancer patients to get home care*»¹⁹⁰ – «*Gordon Brown: All cancer patients to get home care*»¹⁹¹. Сетевой заголовок, очевидно, нацелен на более точное представление содержания текста, поскольку Интернет является источником быстрого получения информации, которая должна представляться максимально четко и лаконично.

Заголовок статьи «*Disillusioned Straw launched coup plot against Brown with key Labour allies*»¹⁹² содержит словосочетание *to launch coup plot*, имеющее значение «организовать заговор с целью свержения руководства страны». Комбинация лексем *coup* и *plot*, имеющих общий компонент значения «заговор, тайный сговор» усиливает экспрессивный потенциал всей фразы, цель которой – привлечь интерес читателя. Этот компонент содержания заголовка

¹⁸⁸ Cabinet fears over Andrew's trade role // The Telegraph. 05.03.2011.

¹⁸⁹ Cabinet fears over Prince Andrew's trade role // The Sunday Telegraph. 05.03.2011. P. 14.

¹⁹⁰ All cancer patients to get home care // The Guardian. 07.02.2010.

¹⁹¹ Gordon Brown: All cancer patients to get home care // The Observer. 07.02.2010. P. 5.

¹⁹² Disillusioned Jack Straw launched coup plot against Brown with key Labour allies // The Observer. 24.10.2011. – P. 5.

усиливает драматизм представляемых событий, поскольку данные политики являются партийными соратниками. Размещая подобный заголовок в газете, редакция предполагает, что ее читательская аудитория обладает достаточным объемом фоновых знаний для правильной интерпретации заголовка.

В сетевом варианте газеты заголовок «*Disillusioned Jack Straw plotted against Gordon Brown in bid to take over № 10*»¹⁹³ лишен экспрессивности: из него удалены компоненты содержания, требующие глубоких знаний о политической системе Великобритании. Акцент в презентации текстовой информации смещен с раскола внутри Лейбористской партии на конфликт двух политиков, личности которых известны во всем мире, что делает статью интересной для более обширной читательской аудитории. Смысл описываемого в тексте события максимально эксплицирован: имена политиков даны полностью, вместо экспрессивной фразы *to launch coup plot* используется стилистически нейтральный глагол *to plot*; цель, которую преследует Джек Стро (занять пост премьер-министра), вербализована в разговорной манере: *to take over № 10*.

4. Разница в презентации одного и того же текстового содержания в сетевой газете и печатной прессе заключается также в типичных формах построения заголовков. Традиционно в Интернет-изданиях заголовки представляют собой простое предложение, вербализующее пропозицию, в которой суммируется содержание всего текста. Такая форма позволяет добиваться максимальной информативности заголовков. Печатные газеты содержат большое количество заголовков, не имеющих предикативной оформленности. Например, сетевому заголовку «*Coalition move to allow gay 'marriages' in church*»¹⁹⁴ соответствует печатный вариант «*Same-sex church weddings*»¹⁹⁵. Различаются принципы презентации информации в заголовке: первый заголовок называет комплексную ситуацию, в которой определен производитель

¹⁹³ Disillusioned Jack Straw plotted against Gordon Brown in bid to take over No 10 // The Guardian. 24.10.2011. P. 5.

¹⁹⁴ Coalition move to allow gay 'marriages' in church // The Telegraph. 05.03.2011.

¹⁹⁵ Same-sex church weddings // The Sunday Telegraph. 05.03.2011. P. 1.

действия, само действие, его объект и цель; второй заголовок называет тематическую область, к которой можно отнести содержание текста.

Приведенные примеры демонстрируют тот факт, что Интернет-газета стремится к достижению большей информативности заголовка посредством увеличения его объема и снижению экспрессивности, что соответствует форматным требованиям к представлению информации в новостных текстах.

5. Как правило, сетевой новостной текст имеет больший объем по сравнению с печатным вариантом. Традиционная газета, в отличие от сетевой, ограничена пространством страниц, в связи с чем отдельные абзацы, присутствующие в сетевом тексте, исключаются из состава печатного. Следует отметить, что удалению подвергаются последние абзацы, представляющие компоненты содержания текста, обладающие наименьшей релевантностью по отношению к основной теме.

Ограничения, накладываемые условиями размещения статьи в печатной газете, очевидно, не актуальны для сетевого варианта, в котором приоритет отдается полноте описания событий ситуации. В качестве примера можно привести статьи, опубликованные на сайте и в печатной версии газеты «The Sunday Telegraph» 5 – 6 ноября 2011 г.¹⁹⁶

В Интернет-тексте отмечается использование вводных конструкций, которые отсутствуют в печатном варианте: «...*eurozone countries voting as a "caucus" will have a permanent in-built majority in the EU's Council of Ministers – its main decision-making body - from November 2014*», «...*officials look at ways of "repatriating" powers – particularly on employment and social affairs, from Brussels to Westminster*».

Дополнительные детали к представляемой ситуации вводятся в сетевой текст посредством добавляемых определений: «*Chancellor Angela Merkel, at last week's G20 summit in Cannes...*» – «*Chancellor Angela Merkel at the G20 summit in Cannes...*», «*Brussels would set levels of punishment to be imposed*» –

¹⁹⁶ Britain faces new isolation threat from eurozone 'caucus' // The Telegraph. 05.11.2011.; Britain to be marooned in EU voting minority // The Sunday Telegraph. – 06.11.2011. – P. 4.

«*Brussels would set levels of punishment*»; распространения одного из слов «...*different types of offences, such as imprisonment, fires or confiscation measures*» – «...*different types of offences*», «*closer links with each other*» – «*closer links*».

В то же время сравнительный анализ Интернет-газет «The Telegraph», «The Times», «The Guardian» и их печатных аналогов доказывает «обратное» влияние сетевой газеты на свой печатный прототип.

В частности, это проявляется в имитации композиционной структуры сетевого текста на страницах газеты. Помимо традиционного заголовка статья может снабжаться подзаголовком («the lead»), в котором кратко представлена основная тема статьи. Он располагается под заголовком, оформляется более крупным по отношению к тексту шрифтом и, в отличие от заголовка, представляют фактуальную информацию, лишённую экспрессии. Например, в статье «*Missing my mojo? Of course not*»¹⁹⁷ в качестве подзаголовка выступает фраза «*The Foreign Secretary tells Patrick Hennessy why critics who call him 'lacklustre' couldn't be more wrong*». Экспрессивную окраску заголовку придаёт слово «*mojo*», имеющее значение «*a power that may seem magical and that allows someone to be very effective, successful, etc.*»¹⁹⁸. В подзаголовке это слово не дублируется, но раскрываются обстоятельства описанного события: Уильям Хейг даёт опровержение распространившимся слухам о его физической неспособности исполнять обязанности министра иностранных дел.

По аналогии с сетевой газетой печатные издания используют прием двухуровневой презентации текста, разрывая его на две части и размещая их на разных страницах. Перелистывание страниц, как и переход читателя с одной веб-страницы на другую в поисках заинтересовавшей его статьи, увеличивает шанс остальных материалов, в том числе рекламных, попасть в фокус его внимания. Каждый из отрывков озаглавливается, причем по-разному. Очевидно, первый заголовок несёт основную апеллятивную нагрузку, поэто-

¹⁹⁷ Missing my mojo? Of course not // The Sunday Telegraph. – 13.03.2011. – P 1.

¹⁹⁸ Merriam-Webster's Online Dictionary. – Режим доступа: <http://www.merriam-webster.com>

му он более информативен: «*Public sector staff to lose gold-plated pensions under Lord Hutton reform*»¹⁹⁹ – «*End of 'golden pensions'*».

Основной и второй заголовки могут, на первый взгляд, быть не связаны друг с другом, и без чтения статьи сложно соотнести их с одним текстом. Так, в статье «*Cabinet fears over Andrew's trade role*»²⁰⁰ вторая часть, расположенная через три страницы, озаглавлена «*Duke fights to save his trade job*». Второй заголовок является выводом из содержания первой части статьи и входит в пропозицию «*The Cabinet intends to remove Prince Andrew from his position despite his objections*», отражающую содержание всего текста.

Несомненным влиянием электронной газеты на свои печатные прототипы является появление в них имитаций гиперссылок. В «тело» статьи может помещаться список заголовков статей, опубликованных в данном номере газеты, с указанием страниц, на которых они расположены. Такой список имеет заголовок «*On other pages*», «*Inside*», «*Comment*» и графически оформляется как гиперссылка: выделяется другим цветом, подчеркивается, снабжается иконкой в виде стрелки, традиционно ассоциирующейся с переходом на другую страницу в веб-браузерах.

Таким образом, гибридная Интернет-газета и ее печатный вариант находятся во взаимодействии. Традиционная газета является исходным образцом стилистического, композиционного и содержательного оформления текстов в соответствии со сложившимися практиками построения текстов печатных СМИ. Интернет-коммуникация, осуществляющаяся посредством электронной газеты, привносит в прессу новые способы презентации материала с использованием специфических приемов структурирования текста, его фрагментации и размещения на страницах газеты, с упрощением поиска информации посредством навигационных подсказок («гиперссылок»), отказом от вы-

¹⁹⁹ Public sector staff to lose gold-plated pensions under Lord Hutton reform // The Sunday Telegraph. – 05.03.2011. P. 1.

²⁰⁰ Cabinet fears over Prince Andrew's trade role // The Sunday Telegraph. 05.03.2011. P. 14.

раженной культуроспецифичности для ориентации на более широкую читательскую аудиторию.

Кроме того, представленное соотношение новостных текстов печатных и сетевых газет позволяет сделать промежуточный вывод о специфике реализации параметров построения новостного текста для традиционной газеты. К ним относятся использование иллюстраций как источника дополнительной информации, в основном для передачи оценки события; краткий заголовок, имеющий скорее апеллятивную, чем информирующую функцию; меньший объем текста и большее присутствие культуроспецифичного компонента в содержании.

Графически соотношение новостных текстов печатных и сетевых газет может быть передано следующим образом:

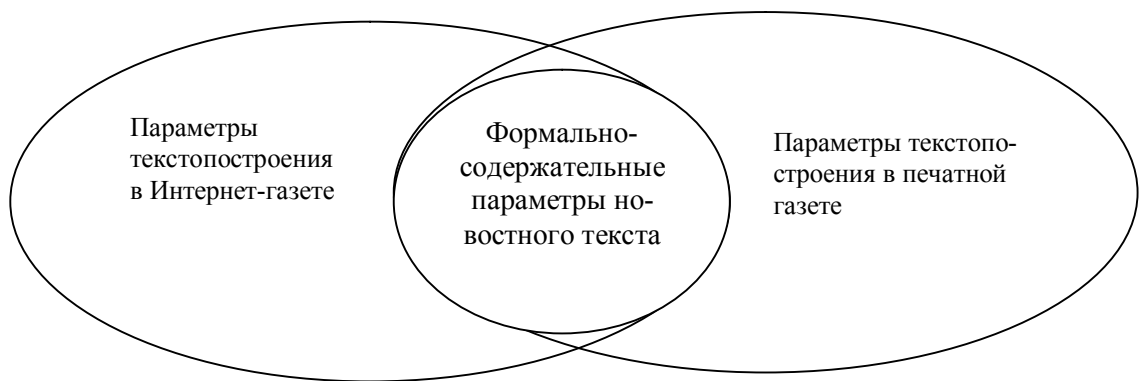


Рис. 1. Соотношение новостных текстов печатных и сетевых газет

ВЫВОДЫ

Медиадискурс включает особенности представления, презентации и восприятия информации адресатом и адресантом, а также сам текст, передаваемый по определенному каналу СМИ. Процессы текстопостроения в рамках дискурса СМИ обусловлены, таким образом, его внеязыковыми ситуативными параметрами, в общем сводимыми к специфике объективации новостного сообщения в конкретном виде средств массовой информации.

Интернет-газета (сетевая газета) представляет собой коммуникативное пространство, совмещающее характеристики традиционной газетной и электронной коммуникации посредством глобальной Сети.

В случае создания Интернет-газеты на базе печатного издания следует говорить о гибридном характере такого медиа-продукта, что подразумевает соединение традиционных для прототипа тематического наполнения, жанрового структурирования, языкового оформления со способами организации и представления информации, характерными для сети Интернет. К их числу относятся особое графическое оформление текста, мультимедийность, гипертекстуальность, многоуровневость и интерактивность.

Интернет-газеты «The Guardian», «The Times» и «The Telegraph» относятся к гибридным СМИ, поскольку они созданы на основе традиционных британских качественных газет «The Guardian», «The Observer», «The Times», «The Sunday Times», «The Daily Telegraph», «The Sunday Telegraph». Однако они не являются их электронными аналогами, поскольку превратились в самостоятельные издания, содержательное наполнение которых обширнее, а построение текстов модифицировано в связи с новой формой существования.

Сетевой новостной текст (СНТ) представляет собой новостной текст, реализующийся в сети Интернет. Такая гибридность определяет воспроизведение типичных формально-содержательных признаков новостного текста и их частичную трансформацию.

Как в любом новостном тексте, структурный блок Краткое содержание сетевого новостного текста представлен композиционным элементом рубрики, в названии которой вербализован топик. Особенностью СНТ является то, что блок Главное событие, заполняемый информацией, которая репрезентирована в теме текста, охватывает заголовочный комплекс первого и второго уровней и вводное предложение. Фоновый блок СНТ, как и новостного сообщения, включает всю оставшуюся часть текста, содержание которой формируется из подтем.

ГЛАВА 3. ДИСКУРСИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ В СЕТЕВОМ НОВОСТНОМ ТЕКСТЕ БРИТАНСКИХ СМИ

3.1. Представление информации в тексте как стратегический процесс

Содержанием массовой коммуникации выступает информация, понимаемая как знание, передаваемое в ходе общественной интеракции посредством СМИ в виде текстов, содержащих выраженные языковыми средствами ментальные репрезентации знаний об окружающей действительности. При этом СМИ играют существенную роль как в распространении, так и в структурировании этих знаний²⁰¹.

Будучи продуктом речевой деятельности, текст играет роль посредника в процессе обмена мыслями между коммуникантами, то есть является носителем информации. Как подчеркивала Е. С. Кубрякова, «в тексте главное – его содержание, информация, структуры опыта и знаний»²⁰². Он по сути является особым образом обработанной и переданной информацией, оформленной в соответствии с конвенциональными правилами ее распределения²⁰³.

В общем смысле под информацией понимают сведения, факты, оформленные и переданные от автора к адресату посредством языковых средств.

В теории коммуникации информация, противопоставляемая неизвестности, охватывает исключительно новые сведения о предметах и событиях, а информирование состоит в снятии неопределенности познаваемых явлений и событий²⁰⁴. В связи с этим представление информации в тексте зависит от дискурсивных факторов: знаний адресата, ситуации общения, определяющих степень новизны данных.

²⁰¹ Tuchman G. Making News: A Study in the Construction of the Reality. – New York : The Free Press; London: Collier Macmillan, 1978. – P. 2.

²⁰² Кубрякова Е. С. О тексте и критериях его определения. С. 518.

²⁰³ Лузина Л. Г. Распределение информации в тексте. С. 79.

²⁰⁴ Гальперин И. Р. Информативность единиц языка. – М. : Высшая школа, 1974. С. 15.

С позиций семантики информация об окружающем мире репрезентируется языковыми структурами и проявляется в их пропозициональном содержании. При этом информация, передаваемая текстом, по мнению исследователей, может быть охарактеризована по-разному.

Сведения, то есть результат отражения действительности, являются базовой, фактуальной²⁰⁵, пропозициональной²⁰⁶, денотатной²⁰⁷ информацией. И. Р. Гальперин характеризует содержательно-фактуальную информацию как сообщение о фактах и процессах, происходящих в мире, выраженную вербально, эксплицитно²⁰⁸. В сетевом новостном тексте информация данного типа превалирует, поскольку основная цель его создания – передать сведения о некоторых событиях и изложить их в максимально доступной для широкой читательской аудитории форме.

Двойственность функциональной направленности новостного текста, упомянутая выше, обуславливает дополнительное содержание, вкладываемое автором в текст с целью оказать воздействие на читателя. Такая часть текстового содержания определяется как его концептуальная и подтекстовая информация²⁰⁹. Содержательно-концептуальная информация, по мнению И. Р. Гальперина, – это сведения об «индивидуально-авторском понимании отношений между явлениями», извлекаемые из содержания всего текста, в то время как содержательно-подтекстовая информация является скрытой, передаваемой «на втором плане» сообщения²¹⁰.

Следует отметить, что такое разграничение концептуальной и подтекстовой информации применительно к содержанию новостного текста представляется нецелесообразным, поскольку, во-первых, данные информационные компоненты выполняют одну – воздействующую – функцию, а во-вторых, подтекст не является обязательным жанрообразующим признаком

²⁰⁵ Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. С. 28.; См. также: Бабенко Л. Г. Лингвистический анализ художественного текста. Теория и практика. – М. : Флинта: Наука, 2005.

²⁰⁶ См.: Лузина Л. Г. Распределение информации в тексте.

²⁰⁷ См.: Новиков А. И. Семантика текста и ее формализация. – М. : Наука, 1983.

²⁰⁸ Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. С. 27.

²⁰⁹ Там же. С. 28.

²¹⁰ Там же. С. 46.

текста новости.²¹¹ Новостной текст, адресованный широкой читательской аудитории, строится так, чтобы обеспечить максимально точное понимание авторского мнения по поводу представляемого события. При таких условиях подтекст, предполагающий возможность множественности интерпретаций текстового содержания, препятствует реализации цели создания новостного текста – проинформировать и оказать требуемое воздействие на реципиента. В связи с этим целесообразно говорить о присутствии в содержании новостного текста концептуальной информации, которая может быть выражена лингвистическими средствами, всем содержанием текста или быть представлена в его подтексте.

В современной лингвистике на основе представленных выше определений сложился интегрированный подход к пониманию информации. В его основе – положение о том, что процессы обработки, репрезентации и передачи информации опосредуются языком.

В терминах когнитивистики информация – это продукт сознания, результат познавательных и коммуникативных процессов, неразрывно связанных с целенаправленной деятельностью по обработке, хранению, преобразованию, передаче и восприятию фрагментов отраженной реальности²¹². При такой интерпретации областью бытия информации является и человеческое сознание, и человеческое общество, вовлеченное в информационный обмен²¹³.

Ю. Д. Артамонова и В. Г. Кузнецов отмечают, что информация – это «осмысленное сообщение, выраженное в языковой форме в логически последовательном непротиворечивом виде»²¹⁴. Таким образом, подчеркивается ре-

²¹¹ Напомним, что в И. Р. Гальперин выделяет виды информации – содержательно-фактуальную, содержательно-концептуальную и содержательно-подтекстовую – и рассматривает особенности их реализации на примере художественного текста.

²¹² Богуславская В. В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. С. 73.

²¹³ Соколов А. В. Феномен информатики и псевдофеномен информации // Вестник ВОИВТ. – 1990. -№3. – С. 14.

²¹⁴ Артамонова Ю. Д. Герменевтический аспект языка СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования / Отв. ред. М. Н. Володина. – М.: Изд-во Моск. Ун-та, 2003. – С. 41.

релевантная для данного исследования сущность информации: это продукт человеческого сознания, вербализуемый и передаваемый посредством текста.

Текст является информационным единством, целостной коммуникативной единицей, фиксирующей и передающей некоторые сведения об окружающей действительности. Для характеристики передаваемой текстом информации в разных источниках могут применяться понятия значения, смысла, содержания. Попытки их разграничения предпринимались исследователями в области лингвистики текста.

Так, И. Р. Гальперин, рассуждая об информативности текста, отмечает, что «содержание текста как некоего законченного целого – это его информация», в то время как смысл и значение являются характеристиками единиц более низкого уровня – от сверхфразовых единств и предложений до слов и морфем²¹⁵.

Н. И. Жинкин полагал, что значение имеют лексические единицы, в то время как текст обладает смыслом. Смысл – это предметная составляющая высказывания, иными словами, он в целостной форме представляет стоящий за отрезком речи денотат²¹⁶. По мнению автора, полная и точная передача информации о фрагменте действительности возможна только посредством текста во всей совокупности входящих в его состав языковых элементов и внеязыковых факторов, релевантных для отбора, структурирования и вербального оформления компонентов содержания.

А. В. Бондарко исходит из билатеральной природы текста как развернутого произведения речи, имеющей план выражения и содержания. Последний складывается из речевой реализации лексических и грамматических значений входящих в текст единиц. План содержания в совокупности с контекстуальной информацией, речевой ситуацией, задающей прагматические элементы

²¹⁵ Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. С.20.

²¹⁶ Жинкин Н. И. Речь как проводник информации. – М.: Наука, 1982. – С. 80.

дискурса, и элементами опыта и знаний коммуникантов определяет смысл текста²¹⁷.

Разделяя точку зрения указанных авторов, А. И. Новиков, на наш взгляд, дает наиболее четкое определение данных понятий:

1) смысл текста – это результат понимания текста, формирующийся в мышлении в виде целостного трудно локализуемого ментального образования, включающего помимо познавательного эмоциональные, прагматические, субъективные компоненты;

2) содержание текста складывается непосредственно под влиянием совокупности составляющих текст языковых средств и привлекаемой для его понимания информации²¹⁸.

Следовательно, как содержание, так и смысл неразрывно связаны с коммуникативными и когнитивными процессами, сопровождающими порождение текста. Представление информации видится результатом использования когнитивно-дискурсивных механизмов преобразования знания о событиях внешнего мира в речевые структуры, формирующие содержание текста.

Таким образом, информация об окружающем мире, воспринятая автором сетевого новостного текста, в результате определенной когнитивной обработки размещается в существующие ментальные структуры и дополняет (уточняет) существующую в его сознании картину мира новым знанием. Получение информации становится стимулом к созданию новостного текста, посредством которого это знание можно донести до адресата. Этот этап связан с формированием авторского замысла. Переход концептуального замысла в содержание текста, то есть языковая объективация связанных с определенным событием ментальных представлений в тексте, составляет суть процесса передачи информации.

Когнитивно-дискурсивные механизмы преобразования информации о внешнем мире в текстовое содержание – это стратегии представления инфор-

²¹⁷ Бондарко А. В. Лингвистика текста в системе функциональной грамматики // Текст. Структура и семантика. – М.: МГГУ им. М. А. Шолохова. – С. 4.

²¹⁸ Новиков А. И. Семантика текста и ее формализация. С. 32 – 33.

мации. Как полагает Л. Г. Лузина, распределение информации в тексте является языковым механизмом, лежащим в основе процесса порождения связного текста, удовлетворяющего требованиям дискурса²¹⁹.

Истоки сложившихся в современной отечественной лингвистике подходов к описанию процессов создания текста следует искать в работах исследователей середины XX века, посвященных речепорождению.

В основу теории Л. С. Выготского положена идея о начале порождения речевого высказывания на долингвистическом этапе с формирования мотива, рождающего определенную мысль, к формированию самой мысли во внутренней речи, а затем в словах²²⁰.

Данная мысль получила дальнейшее развитие в трудах А. А. Леонтьева и А. Р. Лурия, также выделявших этапы мотивации речевой деятельности; замысла, являющегося глубинной структурой передачи некоторого смысла на уровне внутренней речи; осуществления замысла и сопоставление его реализации с самим замыслом²²¹. Причем последний этап, представляющий собой собственно грамматическую и лексическую реализацию замысла средствами конкретного языка, разделен А. А. Леонтьевым на следующие уровни:

1) переход от замысла к набору «опорных единиц», ограничивающих широкий семантический класс, в котором происходит последующий отбор вариантов выражения смысла, и формирование набора предикативных пар;

2) кодировка предикативных пар в сочетание единиц средствами конкретного языка и их линеаризация;

3) формирование синтаксической структуры и окончательная линеаризация компонентов высказывания²²².

Идея о взаимосвязи рече- и текстопорождения с мыслительными процессами легла в основу современных подходов к решению данной проблемы.

²¹⁹ Лузина Л. Г. Распределение информации в тексте. С. 35 – 36.

²²⁰ См.: Выготский Л. С. Мышление и речь. – 5-е изд., испр. – М. : Лабиринт, 1999.

²²¹ См. труды: Леонтьев А. А. Язык, речь, речевая деятельность. – М. : Просвещение, 1969.; Лурия А. Р. Язык и сознание. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1979.

²²² Леонтьев А. А. Язык, речь, речевая деятельность. С. 205 – 213.

Как писала Е. С. Кубрякова, текст всегда должен рассматриваться как итог речемыслительной деятельности его создателя, воплощающего особый замысел в его направленности на определенного слушателя/читателя²²³. Схожего мнения придерживаются И. А. Зимняя, считая, что «в тексте объективируется вся совокупность психологических условий деятельности и индивидуально-психологические особенности её субъекта»²²⁴, и А. Е. Кибрик, полагая, что многие элементы текста «иконически отражают структуру процесса коммуникации и, в частности, структуру сознания коммуникантов»²²⁵. Кроме того, в более ранних отечественных исследованиях по семантике текста утверждается, что «в тексте заложена программа по его созданию»²²⁶, то есть компоненты структуры его содержания являются языковым воплощением иерархии целей построения текста. На наш взгляд, это означает возможность изучения связанной с текстопорождением мыслительной деятельности на основе анализа текста и дискурса.

Процесс создания текста подробно описан отечественными учеными, работающими в русле когнитивистики и прагмалингвистики. К примеру, И. М. Кобозева выделяет такие этапы текстообразования как: 1) постановка коммуникативной цели, 2) определение речевого жанра в зависимости от коммуникативной ситуации, 3) определение макроструктуры (композиции) текста, 4) определение набора содержательных блоков и порядка их следования, 5) работа над каждым содержательным блоком: построение предложений-высказываний²²⁷. Представленные в данной схеме этапы можно условно разделить на две части: первые три описывают действия автора по формированию общей структуры текста, а последующие определяют оформление его содержания.

²²³ Кубрякова, Е. С. О тексте и критериях его определения. С. 513.

²²⁴ Зимняя И. А. Лингвopsихология речевой деятельности. – М. : Московский психолого-социальный институт, Воронеж : НПО «МОДЭК», 2001. – С. 61.

²²⁵ Кибрик А. Е. Очерки по общим и прикладным вопросам языкознания: Универсальное, типовое и специфичное в языке.. – М. : Едиториал УРСС, 2002. – С. 288.

²²⁶ Дридзе Т. М. Смысловое восприятие речевого сообщения. – М. : Наука, 1976. – С. 48.

²²⁷ См.: Кобозева И. М. Лингвопрагматический аспект анализа языка СМИ // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический проект, Альма Матер, 2008. – С. 221 – 236.

В. В. Богуславская полагает, что кодировка замысла средствами языка проходит три основных уровня: 1) определение задач создания текста, отбор и первичная обработка значимой информации, интуитивный вывод темы; 2) определение набора текстовых пропозиций и связей между ними, то есть формирование иерархически организованной суперструктуры текста; 3) создание семантического плана, объединяющего элементы общего знания и ситуационных моделей адресата, и собственно текстовой базы, значение которой представляется пропозициями и связями между ними на локальном уровне. Описанный процесс генетически связан с преобразованием структур знания в текстовые компоненты, что предполагает использование соответствующих стратегий, тактик и приемов²²⁸. Под стратегиями при этом следует понимать механизмы соотнесения целей коммуникации с когнитивно-дискурсивными параметрами создаваемого речевого сообщения, лежащие в основе вербализации структур знания автора о событии окружающего мира. Для достижения коммуникативных задач используются тактики, которые реализуются в конкретных речевых действиях автора – приемах.

Порождение текста представляет собой движение от общего к частному, которое начинается с регулируемого стратегиями определения крупных единиц содержания и заканчивается выбором приемов языкового выражения. Как писал М. М. Бахтин, в процессе текстообразования «нам всегда предносится целое нашего высказывания: и в форме определенной жанровой схемы, и в форме индивидуального речевого замысла. Мы не нанизываем слова, не идем от слова к слову, а как бы заполняем нужными словами целое»²²⁹.

Вопросы текстопорождения рассматриваются и в работах зарубежных авторов. Так, У. Чейф, описывая ментальные операции с хранящейся в оперативной памяти информацией, выделяет следующие этапы ее вербализации:

1) организация содержания, то есть расчленение эпизода действительности на более мелкие компоненты, построение суждений, включающее вы-

²²⁸ Богуславская В. В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. С. 129.

²²⁹ Бахтин М. М. Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин // Эстетика словесного творчества. – М. : Искусство, 1979. – С. 266.

деление из представляемого события предметов и приписывание им ролей и категоризацию;

2) «упаковка» передаваемого содержания в приемлемую для адресата форму;

3) синтаксическая организация высказываний²³⁰.

Как видно, в данной схеме порождение текста осуществляется в ходе поэтапного перехода от выделения передаваемого смысла к его формальной организации.

К. Маккьюин смоделировала процесс создания текста и включила в него следующие этапы: 1) стратегическое планирование, в ходе которого происходит определение содержания и структуры текста, фокусировка, то есть отбор релевантных пропозиций из когнитивной базы данных и определение риторических связей между ними в зависимости от дискурсивной цели; 2) тактическое использование грамматических и лексических средств для линейаризации содержания, заданного на предыдущем этапе²³¹.

Разработанная схема определяет принципы отбора пропозиционального содержания текста и обеспечение связности с помощью одного из риторических способов соединения пропозиций в линейную последовательность. Текстопорождение оказывается обусловленным не спецификой представляемой в тексте информации, а коммуникативными намерениями говорящего, что объясняет вариативность презентации одних и тех же фактов при наличии разных целей общения.

В то же время, К. Маккьюин не учитывает наличие иных ограничителей, оказывающих влияние на рассматриваемый процесс. В первую очередь следует отметить существование таких факторов, как мировоззренческие, идеологические установки автора и адресата текста, требования, накладывае-

²³⁰ См.: Чейф, У. Л. Память и вербализация прошлого опыта // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 12. Прикладная лингвистика. – М. : Прогресс, 1983. – С. 35 – 73.

²³¹ См.: McKeown K.R. Discourse strategies for generating natural-language text. – Cambridge : Cambridge University Press, 1985.

мые на построение текста его отнесенностью к определенному дискурсу и текстовому типу, а также коммуникативный контекст.

В модели Т. А. ван Дейка предусмотрены такие «ситуационные ограничители», как контекст и тема общения. Производство дискурса, то есть построение его текстовой базы, основывается на операциях с ментальными моделями репрезентации личного опыта в эпизодической памяти, которые заключаются в поиске и отборе значимой информации в них. В результате автор выстраивает иерархию текстовых пропозиций, отражающую степень важности тех или иных элементов содержания в данном контексте, и их линейную последовательность²³².

Следует отметить, что, говоря о природе обработки текста, которая по мнению Т.А. ван Дейка и В. Кинча объединяет порождение и восприятие, следует принимать во внимание их гибкость и невозможность создания их алгоритмической модели, что обусловлено спецификой человеческого мышления²³³. Такой взгляд на проблему текстопорождения является отличительной особенностью теории дискурса, разработанной Т. А. ван Дейком. Однако, как отмечает сам автор, данная модель не отражает процессы формирования поверхностной структуры текста, то есть особенностей вербализации текстового содержания, что требует дальнейшей разработки вопроса о стратегиях, с помощью которых осуществляется передача информации посредством текста.

Традиционно в лингвистике под стратегией понимается общий способ речевого поведения, избираемый говорящим для реализации цели создания высказывания.

Стратегии имеют ментальную природу, так как представляют собой знания о наиболее эффективных средствах достижения целей коммуникации, сформировавшиеся в ходе приобретения опыта коммуникации в подобной

²³² См.: Дейк Т. А. ван Язык. Познание. Коммуникация.

²³³ Дейк Т. А. ван. Стратегии понимания связного текста // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 23. Когнитивные аспекты языка. – М. : Прогресс, 1988. – С. 157.

ситуации²³⁴. Иными словами, стратегия – это механизм соотнесения коммуникативной цели с требованиями к построению текста, сложившимися в данной сфере речевого общения.

Одновременно с этим, реализация стратегий посредством механизмов речи, обуславливающая возможность их лингвистического анализа, позволяет говорить об их речевой природе²³⁵. Конечным продуктом стратегического планирования построения высказывания является текст, передающий информацию о фрагменте действительности в закодированной средствами определенного языка форме.

Стратегии представления информации детерминированы дискурсом, то есть обусловлены целью коммуникации и теми языковыми и невербальными параметрами, которые характеризуют дискурс определенного типа. Тип дискурса, в котором осуществляется порождение текста, ориентирует автора общения в выборе способов реализации замысла, в данном случае можно говорить о существовании сложившегося набора стратегий, традиционно реализующихся при передаче информации посредством текстов данного дискурса, – *дискурсивных стратегий*.

Как было продемонстрировано выше, различные исследователи приходят к выводу о наличии механизма поэтапного преобразования информации от ментальных структур к тексту на естественном языке. О. С. Иссерс выделяет речевую стратегию в качестве «совокупности речевых действий, направленных на решение общей коммуникативной задачи говорящего»; речевую тактику – как «одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии»; а также коммуникативные ходы, направленные на речевое воплощение содержания в соответствии со стратегиями и тактиками²³⁶.

В. В. Богуславская также выделяет три уровня преобразования информации в текст: 1) стратегии формирования текста, связанные с появлением

²³⁴ Дейк Т. А. ван Язык и идеология: к вопросу о построении теории взаимодействия // Методология исследований политического дискурса: Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов. Вып. 2. – Минск: БГУ, 2000 – С. 272 – 275.

²³⁵ Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи.. – М. : Комкнига, 2006. – С. 104.

²³⁶ Там же. С. 85; 109 – 110.

потребности передачи информации, «задачи синтеза текста»; 2) тактики, очерчивающие варианты формирования содержания текста, этап «частичного синтеза»; 3) оперативные мероприятия, посредством которых осуществляется написание текста²³⁷.

Е. Р. Левенкова при описании стратегической организации политического дискурса использует четырехуровневый подход. На первом уровне расположена регулятивная стратегия как результат приоритетной цели политической коммуникации – регуляции поведения адресата в ходе борьбы за власть; на втором уровне находятся частные стратегии, за счет которых осуществляется актуализация глобальной стратегии; на третьем уровне расположены тактики, связанные с конкретными установками автора, характеризующие определенную стратегию; четвертый уровень включает языковые средства воплощения воздействия в политическом дискурсе²³⁸.

Как видно из приведенных схем, выбор стратегий представляет собой начальный этап процесса преобразования информации, хранящейся в памяти автора, в текст. На этом этапе автор соотносит информацию, подлежащую передаче посредством текста, с целью коммуникации, и выбирает эффективную дискурсивную стратегию (стратегии) представления информации.

Стратегия представления информации – это когнитивный механизм, лежащий в основе перевода информации о событии окружающего мира, закодированной в ментальных структурах знания, хранящихся в сознании автора, в речевые высказывания, формирующие содержание текста.

Тактики представляют собой закрепленные за стратегиями общие способы представления информации, ориентированные на выполнение более узких коммуникативных задач, а приемы – это конкретные речевые действия по реализации тактик.

Представление информации в сетевом новостном тексте предполагает опору на ментальную модель, в которой стратегии ориентированы автором

²³⁷ Богуславская В. В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. С. 129.

²³⁸ См.: Левенкова Е. Р. Конвергентные и дивергентные тенденции в политическом дискурсе Великобритании и США.

относительно входящих в эту же модель знаний об описываемом событии и о цели коммуникации. Это позволяет классифицировать стратегии представления информации в сетевом новостном тексте, в зависимости от их «специализации», на стратегии представления фактуальной и концептуальной информации в соответствующих элементах формально-содержательной структуры текста.

3.2. Модель представления информации в сетевом новостном тексте

Параметры сетевого новостного текста и дискурсивные правила распределения в нем информации составляют модель представления информации.

Модель представления информации – это ментальная схема, в которую входят 1) знания о фрагменте окружающей действительности, подлежащем описанию и передаче посредством текста, то есть ментальный образ события в сознании автора-журналиста; 2) знания о функциональных, формально-содержательных, ситуативных параметрах порождаемого текста и конвенциональных способах их объективации средствами языка.

Существование модели, регулирующей процесс представления информации, способствует оперативному обновлению текстов на страницах газеты и делает возможным формирование актуального информационного пространства. Новостные тексты, созданные с опорой на общую модель представления информации, образуют наиболее динамичный фрагмент медийной картины мира и в определенном смысле упорядочивают ее – дают читателю достаточно четкое представление о последовательности и значимости происходящих событий.

Модель представления информации в сетевом новостном тексте включается в систему когнитивных пресуппозиций автора и адресата, то есть является основой их лингвокогнитивного взаимодействия²³⁹. Журналист знако-

²³⁹ Дейк Т. А. ван Стратегии понимания связного текста. С. 173. См. также: Fowler R. Language in the news: Discourse and ideology in the press. – London, New York : Routledge, 1991. – P. 60.

мится с данной моделью в процессе профессиональной подготовки и использует ее как ориентир при творческой обработке и презентации информации.

В сознании читателя модель является результатом личного опыта чтения сетевых новостных текстов, регулярно и в большом количестве воспроизводящих конвенциональные способы структурирования информационного сообщения. Современный читатель Интернет-газеты вынужден обладать определенной коммуникативной компетенцией, знанием о типичном строении новостного текста для того, чтобы ориентироваться в медиапотоке и получать интересующие его сведения максимально быстро, просто и в нужном объеме. В этой связи наличие узнаваемых текстовых форм упорядочивает и облегчает процесс восприятия информации адресатом, который ежедневно сталкивается с огромным массивом данных, передаваемых СМИ.

Обусловленность языкового выражения содержания параметрами и функцией текста, а также экстралингвистическими условиями текстопостроения эффективно объясняется функционально-семантической теорией полевой организации языковых элементов.

А. В. Бондарко понимает под функционально-семантическим полем определенное языковое «языковое преломление универсальных мыслительных сфер, категорий и признаков»²⁴⁰, иными словами указывает на необходимость рассмотрения структурированных в человеческом сознании систем когнитивных элементов в их реализации в конкретном речевом высказывании, то есть в тексте.

Структурирование модели возможно на основе полевого принципа, суть которого состоит в объединении в поле когнитивных элементов, имеющих общие функции и содержание. Внутри поля выделяются ядро, элементы которого обладают полным набором полеобразующих признаков, и периферия, в которой расположены единицы с неполным набором этих параметров, при-

²⁴⁰ Бондарко А. В. Теория функциональной грамматики: Введение. Аспектуальность. Временная локализованность. Таксис. – Л. : Наука, 1987. – С. 240.

чем по мере удаления от ядра интенсивность выраженности полеобразующих признаков ослабевает.

В данном исследовании ядро, основной компонент модели сетевого новостного текста, составляет образ представляемого события, сформированный в процессе восприятия журналистом информации политического характера. Образ события – это дискретный элемент медийной картины мира автора, репрезентирующий фрагмент действительности. Образ события следует рассматривать в качестве информационного стимула, инициирующего процесс порождения новостного текста.

Ядерная часть модели окружена периферией. В ближней периферии, граничащей с ядром, расположены дискурсивные стратегии представления фактуальной информации. Данная часть модели представляется ее устойчивым компонентом, поскольку соотносится с базовой функцией сетевого новостного текста – информированием.

Дальнюю периферию модели представления информации в СНТ заполняют дискурсивные стратегии подачи концептуальной информации, которые используются для оказания воздействия на массовую аудиторию, внушения вектора интерпретации представляемого события. Оказание воздействия на мышление читателя, как это было отмечено ранее, входит в круг задач массовой коммуникации. Однако представление политической информации накладывает дополнительную функциональную нагрузку на новостной текст. Политический дискурс, основной задачей которого является трансляция политических убеждений и ценностей, обладает набором языковых средств, которые обеспечивают внушение определенных идеологических установок²⁴¹. Сетевой новостной текст, становясь частью политического дискурса, отражает средства манипулирования сознанием адресата с целью формирования у него определенного мнения о происходящих в обществе политических процессах.

²⁴¹ Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. С. 43.

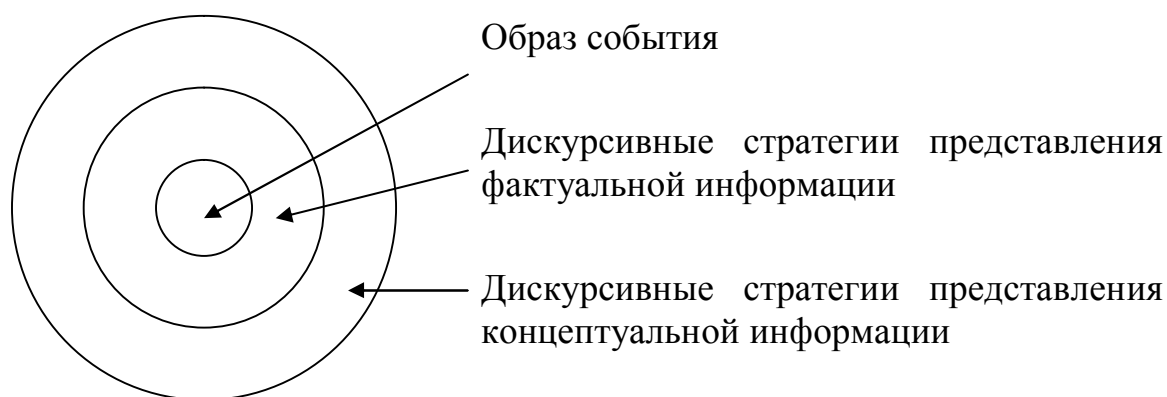


Рис. 2 Модель представления информации в сетевом новостном тексте

Рассмотрим дискурсивные стратегии представления фактуальной и концептуальной информации в сетевом новостном тексте.

3.3. Дискурсивные стратегии представления фактуальной информации

3.3.1. Стратегия поэтапного развертывания содержания

Представление информации в СНТ основано на принципе поэтапного развертывания содержания как при переходе от одного уровня сайта Интернет-газеты к другому, так и внутри текста. Нелинейность, многоуровневость текста данного типа обеспечивают возможность структурирования данных, а главное – иерархичность и последовательность в презентации содержания, поскольку это помогает читателю постепенно усвоить всю информацию или ее часть в достаточном для понимания объеме.

В основе целенаправленной коммуникации лежит принцип кооперации, или сотрудничества, сформулированный американским логиком П. Грайсом. Новостная статья Интернет-газеты опосредует связь автора и адресата в массовой коммуникации, поэтому правила («максимы») общения между журналистом и читательской аудиторией распространяются на способы представления информации в данном типе текста. Один из базовых принципов – максима количества информации, – заключается в сообщении такого объема дан-

ных, который требуется на определенной стадии развития коммуникативного процесса²⁴².

Регулирование объема представляемой информации осуществляется посредством дискурсивной стратегии поэтапного развертывания, 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 тематической рубрики «*Politics*» в Интернет-газетах «The Gaurdian», «The Telegraph», «The Times» выявил ее следующие особенности. Рубрика «*Politics*» относится к разделу «*News*», что и позволяет идентифицировать опубликованные в данном сегменте газеты материалы как новостные тексты. Топик «политика» может подвергаться дроблению на более узкие тематические области, что приводит к углублению рубрикации данного раздела. Топики, вокруг которых структурируется содержание Интернет-газеты, вербализуются в названиях рубрик.

²⁴² См.: Грайс Г. П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 16. Лингвистическая прагматика. Сборник: пер. с разн. языков. – М. : Прогресс, 1985. – С. 217 – 237.

Рубрикация материалов в британских Интернет-газетах

The Guardian	The Telegraph	The Times
news, sport, comment, culture, business, money, life & style, travel, environment, TV, blogs, video, community, jobs	news, sport, finance, lifestyle, comment, travel, culture, technology, fashion	news, comment, business, money, sport, life & style, travel, driving, archive

Как видно из таблицы, выделяются три типа рубрик: тематические, жанровые и служебные. Рубрика «*Politics*» является тематической, однако ее отнесенность к новостному функциональному типу текста отражается в ее закреплённости в разделе «*News*» в изданиях «The Guardian», «The Telegraph» и «The Times».

Внутри топика «политика» выделяются отдельные семантические аспекты, что обуславливает «углубление»²⁴³ газетной рубрики, под которой понимают ее дробление на подрубрики. Результатом этого процесса является включение в «углубленную» рубрику большого количества статей, тематика которых напрямую или опосредованно связана с политикой²⁴⁴.

Дробление рубрики «*Politics*»

Тематика подрубрик	Названия подрубрик		
	«The Guardian»	«The Telegraph»	«The Times»
party	Northern Irish Parties, Democrats, BNP,	Labour party, Conservative party, Liberal Democrat	Liberal Democrats, Labour, Conservative

²⁴³ Меграбова Э. Г. Образ России в дискурсе журнала Newsweek // Языковая репрезентация образа России в публицистическом дискурсе стран Запада и Востока. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2009. – С. 7 – 46.

²⁴⁴ Наличие в рубрике «*Politics*» большого количества разнообразных статей подтверждает сделанный ранее вывод о возможности распространения результатов исследования текстов политической тематики на тексты, посвященные экономике, спорту, культуре и так далее.

	Labour	party	
person	David Cameron, Gordon Brown, Michael Gove, Michael Ashcroft, James Purnell	Gordon Brown, David Cameron, Barack Obama, Margaret Thatcher	Gordon Brown, David Cameron, Barack Obama, Silvio Berlusconi
political institution	Obama administration, House of Commons		
election	Electoral Reform	General Election 2010	Election 2010, Elections
career	Civil Service		
law	Criminal Justice, Human Rights, Torture, Freedom of Information	Law and Order	
economy	Davos, Economic Policy	Economy, National Debt, Job	The Crisis
war	Iraq War Inquiry	Iraq, Syria	Iraq, Syria
local	Northern Irish Politics, Scottish politics	UK Politics, Scotland, Northern Ireland	

Таким образом, благодаря возможности публиковать большее по сравнению с печатной газетой количество статей, Интернет-издания делят рубрику «*politics*» на подрубрики, объективирующие тот или иной концепт как результат фрагментации информации о событии внешнего мира, или ее редукции.

Кроме этого, в рубрике «*politics*» могут располагаться статьи из других разделов газеты. В качественной прессе политические события часто описываются через призму их экономических, социальных последствий, что также можно рассматривать как пример использования тактики редукции с целью акцентировать внимание читательской аудитории на отдельных сторонах политического события.

Так, были выявлены тексты, содержание которых укладывается как в топик «*Politics*», так и в тематические блоки «*Spending review*» (о растратах бюджетных денег), «*Education news*», «*Budget*», «*Law*», «*NHS*», «*Environment*», «*Military*» (подраздел рубрики «*UK news*»), «*Alcohol*» (подраздел рубрики «*Society*»), «*UK security & terrorism*», «*Life & Style*», «*Earth*», «*Terrorism*» и других. С функциональной точки зрения отнесение статьи к разным рубрикам объясняется стремлением редакции увеличить шансы материала быть найденным адресатом и позволяет читателю точнее прогнозировать содержание текста.²⁴⁵

Тема, формулируемая в виде пропозиции, представляющей фрагмент семантического пространства, охватываемого топиком, является главным элементом содержательной структуры сетевого новостного текста, поскольку репрезентирует событие, ставшее информационным поводом для написания статьи. Тема представляется в блоках *Краткое содержание*, то есть в заголовочном комплексе, расположенном на двух уровнях сайта газеты, и *Основное событие* в начальной позиции в теле текста. В связи с этим тема представляется с различной степенью детализации, подвергаясь поэтапному развертыванию.

Первый заголовочный комплекс включает заголовок и вводное предложение текста и выполняет информативную, воздействующую и «навигационную» функции. Последняя является результатом реализации сетевого новост-

²⁴⁵ Следует отметить, что высокая степень иерархичности тематического пространства свидетельствует об актуальности топика «политика» в британских Интернет-газетах и о высокой частоте появления на их страницах соответствующих статей. На наш взгляд, это делает оправданным выбор сетевого новостного текста именно политической тематики в качестве материала исследования дискурсивных стратегий представления информации в новостных сообщениях Интернет-газет.

ного текста в условиях сети Интернет, где поиск нужного материала, или навигация, осуществляется посредством ключевых слов, которые часто используются в первом заголовочном комплексе²⁴⁶.

В максимально редуцированном виде тема текста представлена в первом заголовке: он содержит меньшее количество слов, что позволяет сэкономить пространство веб-страницы и сократить время, которое тратится читателем на прочтение предложения. В связи с тем, что основная задача первого заголовка – привлечь внимание читателя и заставить его пройти по ссылке на следующий уровень сайта, данный заголовок часто лаконичнее и экспрессивнее, чем заголовок следующего уровня. В основе заголовочных комплексов обоих уровней лежит общая ядерная пропозиция текста, однако ее языковое воплощение в трети из рассмотренных текстов различно.

Говоря об объеме представляемой в заголовках информации, стоит отметить, что одно из основных правил построения заголовка – лаконичность – обусловлено экономией пространства сетевой газетной страницы и усилий читателя. Данное понятие, именуемое в англоязычной литературе *attention span*, характеризует время, в течение которого пользователь способен фокусировать внимание на одной теме в процессе навигации в сети Интернет²⁴⁷.

В рассматриваемых изданиях выявляются существенные различия в заголовках первого и последнего уровней. В таблице приведены выводы о соотношении количества слов в заголовках первого и второго уровней, сделанные на основе анализа 100 статей, которые послужили материалом данного диссертационного исследования.

Количество слов в заголовках первого и второго уровня

Интернет-газет

Издание	Первый уровень	Второй уровень	Отличие
«The Guardian»	4-8 слов (в сред-	5-10 слов (в сред-	1-4 (в среднем

²⁴⁶ Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. С. 221.

²⁴⁷ См.: Quintana Y. News on the Internet: Technologies and Trends // On the Internet. – USA : University of Western Ontario, 1997.

	нем 5)	нем 8)	второй заголовок на 2 слова длиннее)
«The Telegraph»	5-8 слов (в среднем 6)	6-13 слов (в среднем 8 слов)	0-5 (в среднем второй заголовок на 2 слова длиннее)
«The Times»	от 5 до 8 слов (в среднем 6)	от 5 до 10 (в среднем 8 слов)	от 0 до 5 слов (в среднем второй заголовок на 2 слова длиннее)

Как видно из таблицы, второй заголовок длиннее и, соответственно, включает больший объем информации. Иллюстрацией могут послужить примеры, демонстрирующие максимальное «сжатие» основного содержания текста в первом заголовке: *UK plans to woo Taliban fighters – UK plans 'trust fund' to woo Taliban fighters*²⁴⁸, *Brown: Tories 'out of touch' with middle-classes – Gordon Brown says Tories 'out of touch with middle-class families'*²⁴⁹, *Blair gave secret promise to Bush over Iraq invasion – Tony Blair gave secret promise to George Bush over Iraq invasion*²⁵⁰. Причем, если в представленных примерах добавляемые во вторых заголовках элементы только уточняют содержание текста, то в отдельных случаях разница в информативности заголовков может быть значительной.

Краткость первого заголовка является результатом применения такого приема представления информации как усечение ядерной пропозиции, то есть выражение неполного пропозиционального содержания. Например, в статье

²⁴⁸ UK plans 'trust fund' to woo Taliban fighters // The Guardian. 14.01.2010.

²⁴⁹ Gordon Brown says Tories 'out of touch with middle-class families' // The Telegraph. 20.01.2010.

²⁵⁰ Tony Blair gave secret promise to George Bush over Iraq invasion // The Times. 14.02.2010.

“*Sally Bercow: I will sleep in a tent in Parliament Square*”²⁵¹ тема выражается пропозицией *Sally Bercow protests against moving out of the Speaker’s apartment*. В обоих заголовках реализацию находят только субъект и предикат: *Sally Bercow – Sally Bercow, protest – sleep in a tent in Parliament Square*. Компоненты *moving out of apartment, Speaker’s apartment* реализуются во вводном предложении – *Sally Bercow, wife of the Common’s Speaker, has vowed to sleep in a tent outside Parliament after being disbarred from the Palace of Westminster during the election*. В пропозициональном содержании вводного предложения есть термы *wife of the Common’s Speaker* и *was disbarred from the Palace of Westminster*.

Применение данного приема может затруднять понимание смысла сообщения без дополнительных данных, находящихся на следующем уровне сайта. Например, в паре заголовков *UK military chiefs clash over strategy* (первый заголовок) – *UK military chiefs clash over future defense strategy* (второй заголовок)²⁵² при переходе на второй уровень сайта объект *strategy* распространяется определением *future defense*, восполняющим недостающее пропозициональное содержание текста.

Данный прием также иллюстрируют следующие пары заголовков: *How a six-year-old deals with poverty – Children of the UK wealth divide: how a six-year-old deals with poverty*²⁵³, *Cameron: family matters more than income – David Cameron: family matters to children more than income*²⁵⁴, *Huckabee criticizes Portman – Mike Huckabee criticizes Portman for ‘glamorising’ single motherhood*²⁵⁵, *Cameron: 70m is too many people for Britain – David Cameron calls for immigration curbs to keep population below 70 million*²⁵⁶. В приведенных примерах информативность первого заголовка ограничена коммуникативным намерением шокировать читателя, вызвать интерес к публикации и,

²⁵¹ Sally Bercow: I will sleep in tent in Parliament Square // The Telegraph. 02.03.2010.

²⁵² UK military chiefs clash over future defense strategy // The Guardian. 18.01.2010.

²⁵³ Children of the UK wealth divide: how a six-year-old deals with poverty // The Guardian. 29.01.2010.

²⁵⁴ David Cameron: family matters to children more than income // The Telegraph. 11.01.2010.

²⁵⁵ Mike Huckabee criticises Natalie Portman for 'glamorising' single motherhood // The Telegraph. 04.03.2011.

²⁵⁶ David Cameron calls for immigration curbs to keep population below 70 million // The Times. 20.01.2010.

наоборот, второй заголовок максимально точно отражает общее содержание текста.

К примеру, описанный выше прием, заключающийся в выражении неполного пропозиционального содержания, может быть проиллюстрирован следующими статьями: *Lord Goldsmith tells Iraq Inquiry why he gave 'green light' for war*²⁵⁷ – заголовок не сообщает главного – причины поступка политика, заставляя читателя искать ответ в тексте; *Ulster parties given 48 hours*²⁵⁸ – нет указания на важный компонент пропозиции: на что партиям дано время.

Стоит отметить, что в отдельных случаях первый заголовок длиннее второго: отступление от коммуникативного принципа экономии пространства и усилий читателя оправдано стремлением к большей выразительности и апеллятивности. Например, при сравнении заголовков *Taliban militants launch wave of attacks on Kabul – Taliban militants attack Afghan capital*²⁵⁹ видно, что при формировании заголовка первого уровня выбор сделан в пользу экспрессивной метафоры *wave of attacks*, а при оформлении заголовка второго уровня предпочтение отдано нейтральному *attack*.

Тактика редукции передаваемой заголовком информации может быть использована без усечения ядерной пропозиции с применением представленных ниже приемов.

1. Прием вариативной номинации находящегося в центре новостного события человека: возможны опущение имени – *Obama faces emissions U-turn with new Congress challenge*²⁶⁰ (речь о президенте США Бараке Обама); опущение фамилии – *Boris acts to boost London recycling*²⁶¹ (статья о мэре Лондона Борисе Джонсоне); метонимическая замена – *Disillusioned Jack Straw plotted against Gordon Brown in bid to take over No 10*²⁶² (заменено имя премьер-министра Великобритании Дэвида Кэмерона). Стоит отметить, что дан-

²⁵⁷ Lord Goldsmith tells Iraq Inquiry why he gave 'green light' for war // The Telegraph. 27.01.2010.

²⁵⁸ Ulster parties given 48 hours // The Guardian. 27.01.2010.

²⁵⁹ Taliban launch gun and bomb attacks on Kabul // The Telegraph. 18.01.2010.

²⁶⁰ Obama faces emissions U-turn with new Congress challenge // The Guardian. 19.01.2010.

²⁶¹ Boris Johnson acts to boost London's recycle rates // The Guardian. 18.01.2010.

²⁶² Disillusioned Jack Straw plotted against Gordon Brown in bid to take over No 10 // The Observer. 21.02.2010.

ный прием эффективен в случае популярности медиа-персонажа и не срывает в ситуациях, когда объект описания мало известен потенциальной читательской аудитории.

С целью укорочения заголовка применяются также устоявшиеся в массовой коммуникации сокращения и аббревиатуры: *Lib Dems rule out coalition government – Liberal Democrats, либеральные демократы*²⁶³; *MPs back referendum on voting system reform – Members of Parliament, члены Парламента*²⁶⁴; *FA must do more to tackle homophobia, says gay Tory – Football Association, Футбольная Ассоциация*²⁶⁵.

2. Прием грамматического варьирования при передаче пропозиционального содержания темы: использование именных двух- и трехкомпонентных словосочетаний, позволяющих «свернуть» сложноподчиненное предложение с придаточным определительным: *Oscar winner Natalie Portman*²⁶⁶; *John Barrow dwarf joke*²⁶⁷; инфинитивная конструкция вместо придаточного определительного: *Government accused of drawing up secret hit list of embassies to close*²⁶⁸; инфинитивная конструкция для выражения будущего времени: *Gordon Brown's right-hand Whitehall mandarin to be kept on by Tories*²⁶⁹, *Gordon Brown: Middle class to be our election battleground*²⁷⁰; *Tories to keep Brown's top mandarin*²⁷¹, *Obama to freeze spending for three years*²⁷², *North Korea to free 'repentant' US missionary*²⁷³; опущение апострофа – маркера притяжательного падежа: *Barclays chief attacks Obama plan*²⁷⁴.

Частотны случаи опущения глагола-связки в заголовках с целью экономии газетного пространства и усилий читателя: *Barack Obama statue removed*

²⁶³ Lib Dems rule out coalition government // The Guardian. 17.04.2012.

²⁶⁴ MPs back referendum on voting system reform // The Guardian. 16.03.2011.

²⁶⁵ FA must do more to tackle homophobia, says gay Tory // The Times. 12.02.2012.

²⁶⁶ Mike Huckabee criticises Natalie Portman for 'glamorising' single motherhood // The Telegraph. 04.03.2011.

²⁶⁷ David Cameron criticised over John Barrow dwarf joke // The Telegraph. 25.11.2010.

²⁶⁸ Government accused of drawing up secret hit list of embassies to close // The Times. 10.02.2012.

²⁶⁹ Gordon Brown's right-hand Whitehall mandarin to be kept on by Tories // The Observer. 24.01.2010.

²⁷⁰ Gordon Brown: Middle class to be our election battleground // The Guardian. 15.01.2010.

²⁷¹ Gordon Brown's right-hand Whitehall mandarin to be kept on by Tories // The Observer. 24.01.2010.

²⁷² Obama to freeze spending for three years // The Telegraph. 26.01.2013.

²⁷³ North Korea to free 'repentant' US missionary // The Times. 05.02.2012.

²⁷⁴ Barclays chief attacks Obama plan // The Guardian. 27.01.2012.

*from Jakarta park after protests*²⁷⁵, *Chechen separatist held in Poland*²⁷⁶; *Thousands feared dead in Haiti earthquake*²⁷⁷, *Parental 'warmth' more important than wealth, says Cameron*²⁷⁸, *Tories criticised over gay rights*²⁷⁹, *Prince determined to tackle Australian republicanism*²⁸⁰, *Brown: Tories 'out of touch' with middle-classes*²⁸¹, *Cameron attacked over counter-terror cutbacks*²⁸². Опущение глагола-связки в заголовках является распространенным приемом грамматического варьирования, поскольку позволяет сократить высказывание, полностью сохраняя его пропозициональное содержание.

С другой стороны, преобладание среди заголовков простых номинативных предложений, средний объем которых составляет 8 слов, позволяет делать вывод об их достаточной информативности²⁸³. В результате заголовков как способ привлечения читателя, то есть установления коммуникации, сам становится сообщением²⁸⁴.

3. Эффективным приемом редукции содержания с целью кратко и емко представить информацию является использование ключевых слов, которые представляют собой устойчивые тематические составляющие медиаконтента, узнаваемые читателем и потому привлекательные для него – «buzz topics»²⁸⁵.

В роли ключевых слов могут выступать имена политических деятелей: *Brown: show 'mercy' to householders who fight back*²⁸⁶, *Brown: Tories 'out of touch' with middle-classes*²⁸⁷, *David Cameron: we will make teaching 'a noble*

²⁷⁵ Barack Obama statue removed from Jakarta park after protests // The Telegraph. 15.02.2013.

²⁷⁶ Chechen separatist leader Akhmed Zakayev arrested in Poland // The Guardian. 17.09.2010.

²⁷⁷ Haiti earthquake: law and order breaks down // The Telegraph. 14.01.2010.

²⁷⁸ David Cameron: family matters to children more than income // The Telegraph. 11.01.2010.

²⁷⁹ Tories criticised over gay rights // The Guardian. 16.01.2011.

²⁸⁰ Prince determined to tackle Australian republicanism // The Telegraph. 19.01.2013.

²⁸¹ Gordon Brown says Tories 'out of touch with middle-class families' // The Telegraph. 20.01.2010.

²⁸² Cameron attacked over counter-terror cutbacks // The Times. 21.01.2012.

²⁸³ Под информативностью при этом понимается «снятие неопределенности в сообщении» (Гальперин И. Р. Информативность единиц языка. – М.: Высшая школа, 1974. С. 15).

²⁸⁴ По образному выражению М. Маклюэна, которое в своей работе приводит А. А. Калмыков, в Интернет-СМИ «средство само есть содержание» (Калмыков А. А. Интернет-журналистика. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. С. 363.).

²⁸⁵ Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). 11.

²⁸⁶ Brown: show 'mercy' to householders who fight back // The Telegraph. 19.01.2010.

²⁸⁷ Gordon Brown says Tories 'out of touch with middle-class families' // The Telegraph. 20.01.2010.

*profession' again*²⁸⁸, *Gordon Brown: Afghan handover by end of the year*²⁸⁹, *Lord Goldsmith: I gave 'green light' for Iraq war*²⁹⁰ или словосочетания, отражающие топик, ассоциирующийся в обществе с актуальными событиями: *MPs' expenses: Bernard Jenkin has repayment halved*²⁹¹, *Haiti earthquake: death toll may rise to 200,000*²⁹², *Davos 2010: Barclays' Bob Diamond attacks Obama's banking plans*²⁹³. Как видно из приведенных примеров, ключевые слова часто находятся в начале высказывания в роли тематического компонента, чье значение дополняется или разъясняется второй частью предложения.

Тактика **развертывания** редуцированного содержания темы реализует задачу детализации картины описываемого в СНТ события. Данная тактика представления фактуальной информации используется для построения текста в блоках Главное событие и Фон, поскольку именно в этих частях текстовой структуры происходит введение дополнительных сведений о событии, послужившем стимулом к созданию СНТ.

Новые данные вводятся с помощью приема вариантной вербализации, который заключается в использовании различных вариантов именовании описываемого объекта, отражающих его разные признаки. Например, при сообщении о политическом деятеле или организации в сетевых новостных текстах в данной линейной последовательности встречаются единицы *Huckabee – Mike Huckabee – the former Arkansas governor – the Republican*²⁹⁴; *Silvio Berlusconi – Italy's prime minister – the 73-year-old – the media tycoon – Italy's billionaire leader*²⁹⁵; *No 10 – Cameron – David Cameron*²⁹⁶; *Local Government Association – umbrella body for local authorities – local authorities leaders*²⁹⁷. Перечисленные синонимические номинации вводятся в тематическую часть

²⁸⁸ David Cameron: we will make teaching 'a noble profession' again // The Telegraph. 17.01.2010.

²⁸⁹ Gordon Brown: Afghan handover by end of the year // The Telegraph. 28.01.2010.

²⁹⁰ Lord Goldsmith tells Iraq Inquiry why he gave 'green light' for war // The Telegraph. 27.01.2010.

²⁹¹ MPs' expenses: Bernard Jenkin has repayment halved // The Telegraph. 30.01.2010.

²⁹² Haiti earthquake: law and order breaks down // The Telegraph. 14.01.2010.

²⁹³ Davos 2010: Barclays' Bob Diamond attacks Obama's banking plans // The Guardian. 27.01.2010.

²⁹⁴ Mike Huckabee criticises Natalie Portman for 'glamorising' single motherhood // The Telegraph. 04.03.2011.

²⁹⁵ Silvio Berlusconi attack stirs up Italy // The Guardian. 11.01.2010.

²⁹⁶ Yes, Prime Minister: the culture of fear at No 10 // The Times. 15.02.2012.

²⁹⁷ Local government association to rule out coalition // The Guardian. 20.09.2012.

высказываний и дополняют портрет политического деятеля или организации, о которых сообщается в тексте, новыми деталями. Рематическая его часть отводится для введения дополнительной информации, относящейся к представляемой ситуации. Данный прием, – когда используются для передачи данных все компоненты высказывания, – позволяет повысить информационную насыщенность текста.

Представление дополнительных данных в высказывании осуществляется также посредством парантезы²⁹⁸, которую можно считать частным случаем вариантной вербализации: *Tzipi Livni, a member of the war cabinet during operation cast lead, had been due to address in London*²⁹⁹, *The cross-party motion signed by four Tory MPs – Dr Sarah Wollaston, Charles Walker, Douglas Carswell and Anne Main – urges ministers to work with these groups to achieve a strengthened NHS*³⁰⁰; *Tory MPs are starting to become concerned that Andrew Lansley, the health secretary, is not taking health professionals with him in his radical reform plans*³⁰¹; *Liberal Democrat backbenchers backing this motion include David Ward, MP for Bradford East, Ian Swales (Redcar), John Leech (Manchester Withington) and John Pugh (Southport)*³⁰².

Важным принципом, лежащим в основе тактики развертывания содержания, является выделение в структуре ядерной пропозиции текста смысловых элементов и построение на их основе новых пропозиций, включающих дополнительную информацию. Таким образом, содержательная структура СНТ дополняется подтемами, соотносящимися с темой текста и друг с другом.

Тактика развертывания содержания СНТ осуществляется посредством приема фрагментации – визуального и семантического обособления структурных элементов текста (абзацев), – который позволяет вводить в текст лю-

²⁹⁸ См.: Александрова О. В. Когнитивные аспекты изучения парантезы в английском языке // Когнитивные аспекты изучения языковых явлений в германских языках: межвузовский сборник научных статей / под ред. А. А. Харьковской. – Самара: Изд-во «Самарский университет», 2000. – С. 3 – 6.

²⁹⁹ British court issued Gaza arrest warrant for former Israeli minister Tzipi Livni // The Guardian. 11.01.2010.

³⁰⁰ Lib Dems rule out coalition government // The Guardian. 17.04.2012.

³⁰¹ Tory MPs concerned about healthcare // The Times. 16.01.2012.

³⁰² Lib Dems rule out coalition government // The Guardian. 17.04.2012.

бую информацию, опосредованно связанную с общей темой. Данный прием элиминирует необходимость обеспечения линейной связности содержательных элементов текста. Это, в свою очередь, 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.

Рассмотрим в качестве иллюстрации статью, опубликованную в Интернет-газете «The Telegraph», подрубрике «Politics», 21 марта 2011 г.

***William Hague: 'I am staying, get used to it'*³⁰³**

William Hague has declared he is in it for the long haul as Foreign Secretary and put paid to a whispering campaign suggesting he had lost his appetite for front-line politics.

(1) He uses an interview with The Sunday Telegraph to tell critics to "get used" to his continuing enthusiasm for the "addictive" post.

(2) The Foreign Secretary also claims the 'Arab Spring' revolutions could lead to trade and customs privileges being extended by the European Union to fledgling democracies in North Africa.

(3) Mr Hague, who accepted responsibility over delays in the Foreign Office's attempt to rescue Britons from Libya and the bungled 'diplomatic' mission to the country last weekend, has faced claims he is ready to resign and has lost his 'mojo'.

(4) He says: "If some of the people who write about mojo came with me for a week, they would drop dead on their feet.

(5) "The Prime Minister is extremely supportive [of me] and so are the vast majority of Conservative MPs. People had better get used to the idea."

(6) Also in the interview, Mr Hague says there are "one or two" neo-conservatives in the Cabinet – although he insists David Cameron's senior ministers are not split over how to tackle the crisis in Libya.

(7) He refuses to name names – although Michael Gove, the Education Secretary, and George Osborne, the Chancellor, are widely cited as the two Tories who most strongly back calls for military intervention to overthrow dictators.

Ядерная пропозиция, или тема текста – *William Hague stays at his post despite criticism*, – актуализируется в заголовке статьи. По мере чтения текста происходит постепенное «развертывание» содержания сообщения.

³⁰³ William Hague: 'I am staying, get used to it' // The Telegraph. 12.03.2011.

Содержательная структура текста дополняется пропозициями подзаголовка: *he stays for a long time, he stays in the position of the Foreign Secretary, he stopped rumors, people suggested he couldn't handle the position.*

Как видно, между денотативным содержанием высказывания и его языковым коррелятом нет стилистического тождества: пропозиции *he stays for a long time* соответствует предикативная структура *he is in it for a long haul; he stopped rumors – he put paid to a whispering campaign.* Это обусловлено как когнитивными причинами (интерпретативной деятельностью автора сообщения), так и функциональной направленностью подзаголовка – привлечь внимание читателя к статье посредством использования разговорной лексики.

Как видно из списка пропозиций, передающих смысл подзаголовка, все элементы ядерной пропозиции присутствуют в его содержании. При этом стоит отметить дополнение картины события не упомянутыми ранее деталями, реализующимися в следующих пропозициях: *he stays in the position of the Foreign Secretary, he stays for a long time, he stopped rumors, people suggested he couldn't handle the position.*

Тело текста разделено на семь смысловых блоков – абзацев, являющихся языковым выражением макроситуаций. Каждый из абзацев, представленных в рассматриваемом тексте, обладает смысловой завершенностью и относительной смысловой автономностью. Смена темы в каждом абзаце является эффективной стратегией детализации картины описываемого события. При этом, будучи составными частями текста как целостного образования, абзацы позволяют продемонстрировать различные способы семантического сцепления с ядерной пропозицией.

К примеру, в большинстве абзацев наблюдается повторение ключевых элементов пропозиции: субъект вербализуется с помощью *William Hague, Mr Hague, The Foreign Secretary*; варианты вербализации предикативной части ядерной пропозиции: *stay, be in.* Денотат «остаться на посту» передается

именным словосочетанием с соответствующим метафорическим компонентом: *continuing enthusiasm for the “addictive” post*.

Семантический компонент «criticism» актуализируется в группе родственных денотатов. Среди них – как слово, в лексическом значении которого есть сема «критика», – *critics*, так и словосочетание с метафорическим атрибутом *whispering campaign*, в значении которого заложена отрицательная эмоционально-оценочная коннотация – тайное неодобрение, обсуждение.

Элемент ядерной пропозиции *despite criticism* – результат свертывания полипропозитивной структуры, в которую входят пропозиции, связанные логическими отношениями противления: *William Hague stays at his post, he is criticized*, и каузативными отношениями: *William Hague is criticized, he objects to criticism*.

Первая пропозитивная пара представляет подтему «критика У. Хейга», реализующуюся в группе словосочетаний: *he lost appetite for front-line politics, he lost mojo, he is ready to resign*.

Вторая пара пропозиций формирует подтему «реакция У. Хейга на критику», ее языковым выражением является лексема *get used*, повторяющаяся в тексте три раза и представляющая собой совет политика недоброжелателям (референция осуществляется с помощью повелительного, условного наклонения и каузативной конструкции «tell somebody to do something»).

К той же подтеме относятся высказывания политика, оформленные в тексте прямой речью. В абзаце 4 посредством экспликации элемента содержания, заложенного в конструкцию условного предложения, выявляется пропозиция *people cannot cope with my pace of work*. В абзаце 5, где актуализируется тема *William Hague is supported by the Cabinet*, наблюдается противопоставление фигур политиков, критикующих В. Хейга (вербализуются лексемой *people*, обозначающей неопределенное количество человек с невыраженным набором признаков), и поддерживающих его влиятельных политиков – *the*

Prime Minister, the Conservative MPs (языковая единица с семой «высокий политический пост», «представители высшей политической власти»).

Реализуя задачу аргументации с опорой на авторитетное экспертное мнение, автор статьи задает вектор читательской оценки представляемой информации: мнение «каких-то людей» (*people*) о деятельности министра иностранных дел выглядит менее убедительно, чем мнение ведущих политических деятелей.

Таким образом, основная тема текста, заявленная в заголовке, подзаголовке и вводном предложении, находит свою реализацию в теле текста в виде подтем, детализирующих картину представляемого события и предлагающих направление его оценки.

При этом в содержательной структуре текста выделяются две подтемы, не связанные напрямую с основной темой – они выявляются в абзацах 2, 6, 7 и вводятся в структуру текста союзом *also*, имеющим значение «еще, кроме того». В результате анализа становится возможным свернуть их содержание до пропозиций, выражающих дополнительные подтемы текста: *North-African countries are financially supported by The European Union* (абзац 2), *Most members of the Cabinet support the prospective of military intervention in Libya* (абзацы 6, 7).

Выявленные подтемы не имеют прямой связи с основной темой текста – сохранением У. Хейгом поста министра иностранных дел, – однако укладываются в пространство топика «*Politics*», являющегося вершиной содержательной структуры данного новостного сообщения, результатом максимального свертывания текстового содержания.

Анализ смысловой структуры СНТ демонстрируют возможность применения автором разнонаправленных приемов представления фактуальной информации. Остановимся на них подробнее.

Рассмотрим статью *Barack Obama to pursue health care compromise in live televised debate*³⁰⁴, основная тема которой, представленная в заголовочном комплексе, выражается пропозицией *Barack Obama will debate with the Republicans over healthcare reform on television*. Компоненты пропозиции: (1) *Barack Obama will debate*, (2) *the Republicans will debate*, (3) *healthcare reform will be discussed*, (4) *the debate will be broadcast via television*. Выделенные элементы основного содержания реализуются в теле текста следующим образом:

1-й абзац: (2) распространяется пропозицией *blocking the reform will be damaging for B. Obama* (в тексте «*blocking a deal will deliver a mortal blow to Mr Obama*»);

2-й абзац: (1) + пропозиция *the arrangement of the debate will be new*; вводится новая подтема *the arrangement of the debate*;

3-й абзац: (1) + *B. Obama won't be allowed to speak from an alleviated stage*; содержание данного абзаца логически связано с предыдущим;

4-й абзац: (1) + *in the previous debate B. Obama took advantage of speaking from an alleviated stage* (в тексте «*...Mr Obama came across as a teacher talking down to a group of cheeky schoolchildren*»); в данном абзаце вводится фоновая информация, относящаяся к прошлым дебатам, которая объясняет причины действий республиканцев, описанных в абзаце 2;

5-й абзац: (1), (2) + *participants will be seated at tables in a hollow square setup*; данная фраза введена в текст в качестве цитаты из правил дебатов;

6-й абзац содержит продолжение прямой речи, начатой в абзаце 5 «*They'll be identified with name cards*». Разбиение прямой речи на абзацы, очевидно, связано с желанием автора обособить новый фрагмент содержания, придать ему вид списка, который читателю будет воспринимать проще, чем описание интерьера студии;

³⁰⁴ Barack Obama to pursue health care compromise in live televised debate // The Telegraph. 24.02.2012.

7-й абзац: «*The summit is due to run from 10 am to 4 pm, with a break for a buffet lunch*» – представлен еще один пункт правил проведения дебатов. Таким образом, содержание 3 – 7 абзацев объединяется темой, заявленной в абзаце 2. Стоит отметить, что в процессе создания заголовка выбор автора сделан в пользу темы с **большим** апеллятивным потенциалом, и данная тема не звучит в заголовке; тем не менее, именно она представлена в формально-семантической структуре текста в «престижной» начальной части и в связи с этим отражает его основное содержание;

8-й абзац: (3) + пропозиции *the health care plan cost \$950 billion, the plan was adopted by Democrats because they held the majority in the parliament, Scott Brown got a Senate seat from Massachusetts, Scott Brown is a member of the Republican party*;

9-й абзац: отсутствует прямая связь с темой текста, реализуется пропозиция *Democrats lost the majority in the Senate*;

10-й абзац: представлена пропозиция *Republicans denounced the plan in the House of Representatives*, продолжающая подтему изменения равновесия сил в американском парламенте, которая введена в абзаце 8.

Как показал анализ материала, представление содержания данного СНТ носит фрагментарный характер: отдельные компоненты ядерной пропозиции служат отправной точкой формирования высказываний и подтем, что позволяет вводить новую информацию, не обеспечивая линейную связность фрагментов текста, а используя их соотнесенность с общей темой статьи.

В связи с этим следует подробнее остановиться на частотности использования разных средств обеспечения связности в СНТ. Как показал анализ материала, наиболее частотна дистантная когезия, при которой связь между содержательными компонентами текста опосредована ядерной пропозицией и имеет ассоциативный характер. Тем не менее, в ходе исследования материала были выявлены случаи употребления лексической когезии, такие как местоименная замена в соположенных абзацах и повтор.

Установление линейной связи между абзацами используется при отсутствии у них соотнесенности с главной темой текста, что в большинстве случаев характеризует содержательные компоненты СНТ, расположенные в блоке Фон. Так, в приведенном выше тексте переход к подтеме *Democrats lost the majority in the Senate* осуществляется с применением повтора имени политика С. Брауна. Дальнейшее развитие этой подтемы осуществляется также без прямой отсылки к главной теме текста, посредством линейной связки.

Подводя промежуточный итог, стоит отметить следующее. Подача фактуальной информации основана на принципе постепенного увеличения объема представляемой в тексте информации и осуществляется на основе стратегии поэтапного развертывания. Данная стратегия позволяет автору сетевого новостного текста обрабатывать информацию и представлять ее с разной степенью детализации: от максимально лаконичной формы, реализующейся в топике и заголовках на основе тактики редукции текстового содержания, до максимально подробной, представленной в теле текста с применением тактики развертывания. Тактика редукции информации реализуется с помощью приемов концептуализации (для вывода текстового топика) и усечения ядерной пропозиции, вариативной номинации, грамматического варьирования, использования ключевых слов (для определения темы и ее вербализации в заголовках статьи). Тактика развертывания реализуется посредством использования автором приемов, обеспечивающих формулирование подтем текста и их воплощение в теле текста. К ним относятся приемы вариантной вербализации и фрагментации.

3.3.2 Стратегия деперсонализации информации

Стратегия деперсонализации автора при представлении фактуальной информации в сетевом новостном тексте нацелена на придание изложению объективности.

Непредвзятость в передаче данных – основное требование, предъявляемое читателями качественной прессы к новостным текстам. При этом делать

вывод о правдивости и объективности содержания новостного текста на политическую тему затруднительно, поскольку медиатекст данной тематики всегда идеологизирован, то есть отражает позицию автора или редакции газеты в отношении политических событий. Эффект объективности достигается с помощью тактики **намеренного дистанцирования** от представляемой информации, реализующегося в языковом оформлении сетевого новостного текста.

Для того чтобы избежать категоричности в своих предположениях и выводах, авторы могут использовать модальность (прием использования модальности). В проанализированном материале было отмечено частое применение модальной конструкции с глаголом *may*: *UK blunder may have lost al-Qaeda chief*³⁰⁵, смягчающей категоричность высказывания. В этом же тексте встречается пример, в котором информация, представляющая собой непроверенные данные, а предположение, помещается в первую часть предложения и получает форму констатации факта: *Helicopter ran out of fuel, allowing Zarqawi to evade capture for further 15 months, military logs suggest*. Глагол *suggest*, имеющий значение «*to offer for consideration or as a hypothesis*»³⁰⁶, занимает последнюю позицию в предложении, тем самым давая возможность читателю воспринять гипотезу автора статьи в качестве реального факта действительности.

Использование модальных слов, выражающих предположение относительно вероятности возникновения событий, в целом типично для сетевого новостного текста: *Milburn's intervention may do something to clarify the issues*³⁰⁷; *Lib Dem MPs did not register a vote with the government, in what seemed like a sizeable protest*³⁰⁸; *deadlock likely on commission pondering a British bill of rights*³⁰⁹; *the decision, which is likely to damage relations between the two*

³⁰⁵ Iraq war logs: British blunder may have let al-Qaida kingpin Zarqawi go free // The Guardian. 23.10.2010.

³⁰⁶ Merriam-Webster's Online Dictionary, 2012.

³⁰⁷ The £100bn schools scandal // The Times. 24.01.2013.

³⁰⁸ Top Lib Dems open rift over coalition // The Times. 16.02.2012.

³⁰⁹ Britain at risk of worse deficit crisis than Greece // The Telegraph. 13.01.2012.

*countries, had been taken on Friday*³¹⁰; *PM apparently grows frustrated over Libya no-fly zone*³¹¹.

Снижение категоричности суждения может достигаться использованием таких определителей как «*possible*» (возможный), «*alleged*» (предполагаемый): *Nick Clegg is facing possible defeat*³¹², *the prime minister's alleged corruption*³¹³, *war crimes allegedly committed in Gaza*³¹⁴. Следует отметить, что, лексическое значение слова *alleged*, помимо компонента *asserted to be true*, включает сему *accused but not proven or convicted*³¹⁵, что дает возможность придавать высказыванию имплицитную оценку.

Цитирование является эффективным и часто используемым приемом, который позволяет снять с автора ответственность за достоверность информации, а также дает возможность представить точку зрения, которая идет вразрез с общепринятой. При этом цитаты могут вводиться в качестве отдельных слов или целых предложений, с указанием на источник цитирования или без.

С другой стороны, целью цитирования может стать обоснование точки зрения автора и верификация представленных в тексте фактов. Именно подтверждение того, о чем сообщает автор, является основной причиной приведения цитат при передаче фактуальной информации. В таком случае цитата вводится в качестве иллюстрации в постпозиции по отношению к констатирующему авторскому высказыванию. Например:

Unlike many of her fellow Republicans – and some Democrats from midwestern states – Murkowski has tried to position herself as a potential supporter of action on climate change. Although she comes from a state whose fortunes depend on oil, she has acknowledged the effects of global warming. But

³¹⁰ Britain faces new isolation threat from eurozone 'caucus' // The Telegraph. 05.11.2011.

³¹¹ Libya: Fierce day of raids and clashes signals shift towards civil war // The Guardian. 16.03.2012.

³¹² Nick Clegg: no more Government business please after 3pm // The Telegraph. 30.01.2011.

³¹³ MPs' expenses: Gordon Brown may ban MPs if they fail to pay back money // The Telegraph. 13.02.2011.

³¹⁴ British court issued Gaza arrest warrant for former Israeli minister Tzipi Livni // The Guardian. 11.01.2010.

³¹⁵ Merriam-Webster's Online Dictionary, 2012.

she has voted against climate change bills in the past, and is opposed to the proposals that are currently in circulation.

"She supports doing something to address climate change and greenhouse gas emissions but the prerequisite is that it must not harm the economy and it must lead to substantial reductions," Dillon said³¹⁶.

Иллюстрирующая цитата может вводиться не только сразу после авторского утверждения. В случаях, если содержанием текста становится информация о политической дискуссии, начальная, приоритетная часть текстовой структуры отводится под авторскую речь, в которой описывается событие, ставшее информационным поводом. В нижней, фоновой части структуры текста приводятся цитаты с конкретными высказываниями политиков, иллюстрирующие представленные автором факты. Например, в статье «*Councils plan London exodus of poor*»³¹⁷ начальная часть текста представляет собой изложение события автором, во вводном предложении представляется тема статьи: *Ministers were accused last night of deliberately driving poor people out of wealthy inner cities as London councils revealed they were preparing a mass exodus of low-income families from the capital because of coalition benefit cuts.* Далее автор детализирует описываемое событие дополнительными сведениями о действиях политиков, отводя данной части содержания половину объема текста. В конце текста автор вводит цитаты политиков, которые выделяются в абзац:

The National Housing Federation's chief executive, David Orr, described the housing benefit cuts as "truly shocking". He said: "Unless ministers urgently reconsider these punitive cuts, we could see more people sleeping rough than at any stage during the last 30 years."

The issue is fuelling tension inside the coalition. Simon Hughes, the Liberal Democrat deputy leader, said last night he would table amendments to change housing benefit rules. He said: "I would fully expect to be one of those putting forward proposals for changes in the housing benefit rules, particularly for London."

Jeremy Swain, chief executive of the homelessness charity Thames Reach, said he was particularly worried about the impact on numbers sleeping rough in London. "We have reduced rough sleeping dramatically and we have a target of zero rough sleeping in London by 2012. For the first time I'm thinking that we will not achieve that," he said.

Karen Buck, shadow minister for work and pensions, said: "The sheer scale and extremity of the coalition proposals means almost a million households are affected across the country."

³¹⁶ Obama faces emissions U-turns // The Guardian. 19.01.2010.

³¹⁷ Councils plan London exodus of poor // The Guardian. 24.10.2010.

In today's Observer, Labour leader Ed Miliband says last week's spending review took Britain back to the 80s. "This was the week that took the compassion out of David Cameron's claim to compassionate Conservatism," he writes, accusing the Tories of displaying "arrogant ideological swagger".

Цитирование может использоваться в качестве апелляции к авторитетному источнику, подтверждающему истинность представленной в СНТ информации, например:

The army spokesman said the next stage – "hot stabilisation" – would begin soon³¹⁸, Professor Alan Rushton of King's College London, said: "The government needs to take notice of these findings on the significance of ethnicity, so that the wording of the proposed adoption legislation does not seem to downplay its importance."³¹⁹, The Department for Education said: "We are changing the law to ensure black and minority ethnic children – who take on average a year longer to be adopted than white children – are not left waiting in care any longer than necessary. We want them to be with adoptive families where they can thrive and realise their full potential."³²⁰.

Источник, на который автор ссылается, может быть не назван или представлен как некоторые эксперты («*experts*»), исследователи («*researchers*»), некоторые лица («*some women*»). Тем не менее, оформленное графически как цитата, высказывание оценивается читателем как мнение авторитетных лиц, которому можно доверять. В статье «*Tory plan for mixed-raced adoptions challenged*»³²¹ такой вид цитирования используется несколько раз:

Researchers questioned the former orphans on their experiences from childhood through to middle age, reporting that common experiences included "varying levels of racism, prejudice and feelings of belonging and difference within families and wider communities".

³¹⁸ Gordon Brown hit by fresh bullying allegations // The Guardian. 21.09.2010.

³¹⁹ Conservative MPs sign motion critical of NHS bill // The Guardian. 14.03.2012.

³²⁰ Там же.

³²¹ Tory plan for mixed-race adoptions challenged // The Guardian. 03.02.2013.

Some of women, the three-year BAAF study their adoptive found, "felt alienated, struggled with conflicts of dual/multiple identities and had experienced race-based mistreatment".

Ссылка на мнение третьих лиц в тексте является приемом апелляции к авторитетным источникам, что обеспечивает «верификацию» представляемых данных. В тексте может быть сделана ссылка на политическую персоналию или влиятельную организацию: *the Guardian has established*³²², *according to new research from Demos*³²³, *a major Government survey has revealed*³²⁴, также на неопределенный источник («source») информации: *according to Israeli sources*³²⁵, *according to White House sources*³²⁶.

Таким образом, стратегия деперсонализации информации соотносится с требованиями к объективности в изложении фактов в новостном тексте, что связано с приоритетом информативной функции.

Подводя итог раздела, посвященного дискурсивным стратегиям представления фактуальной информации, следует отметить, что стратегия поэтапного развертывания содержания и стратегия деперсонализации информации представляют собой механизмы соотнесения цели создания сетевого новостного текста с его жанрообразующими параметрами. Целью создания СНТ является объективная передача данных, информирование о происходящих в обществе событиях. Автор новостного сообщения Интернет-газет обрабатывает информацию и затем подает ее, с одной стороны, в сжатой, лаконичной форме, а с другой – максимально подробно, дополняя текст различными деталями события, в том числе теми, которые прямо не связаны с описываемой ситуацией, но способны вызвать читательский интерес. В процессе текстопостроения автор опирается на конвенциональную формально-содержательную структуру сетевого новостного текста, которая используется им в качестве матрицы, заполняемой обработанной информацией.

³²² Lib Dems rule out coalition government // The Guardian. 17.04.2012.

³²³ LibDems not to support Tory motion // The Guardian. 16.03.2012.

³²⁴ Government to cut health and safety inspections by a third // The Guardian. 21.03.2011.

³²⁵ British court issued Gaza arrest warrant for former Israeli minister Tzipi Livni // The Guardian. 11.01.2010.

³²⁶ Exclusive: Nato admits deaths of 8 boys were a mistake // The Times. 17.02.2013.

Таким образом, порождение СНТ не может осуществляться без дискурсивных стратегий представления фактуальной информации, которые являются основными и облигаторными при построении текста данного вида. Применяя эти стратегии, журналист воспроизводит формат новостного сообщения сетевых газет, что имеет важное значение в условиях глобального характера общения между автором и массовым адресатом в сети Интернет. Наличие у СНТ узнаваемой формы, с одной стороны облегчает восприятие читателем информации, а с другой – позволяет авторам быстро, в режиме реального времени реагировать на происходящие в обществе события созданием новых сообщений, тем самым пополняя медийную картину мира.

3.4 Дискурсивные стратегии представления концептуальной информации

Стратегии представления концептуальной информации нацелены на реализацию сетевым новостным текстом функции воздействия. В результате применения данных стратегий в содержание СНТ включаются структуры знания, отражающие результат личной или коллегиальной (разделяемой редакцией газеты в целом) авторской интерпретации и оценки информации.

3.4.1 Стратегия интерпретации информации

Стратегия интерпретации информации автором реализуется в СНТ посредством следующих тактик и приемов.

Тактика введения в заблуждение, с помощью которой осуществляется представление намеренно искаженных фактов, позволяет автору СНТ выполнять задачу манипуляции читательским восприятием действительности. Вербальным выражением данной тактики является прием неточной передачи содержания.

В частности, неточная передача содержания осуществляется автором при представлении содержания ядерной пропозиции в заголовках СНТ. В ре-

зультате анализа материала было выявлено, что в заголовках статей могут быть вербализованы текстовые пропозиции, не занимающие доминирующую позицию по отношению к остальным подтемам текста.

Так, в статье «*Conservative MPs sign motion critical of NHS bill*»³²⁷ пропозиция, вербализованная в заголовке, представляет собой результат свертывания содержания одной трети текста, в то время как остальная часть текстового содержания представляет подтемы: *The Liberal Democrats signed the motion; The Cabinet oppose to the motion; David Cameron has backed the reform of NHS.*

В следующем примере можно говорить о введении читателя в заблуждение относительно информации, представленной в тексте. В Заголовке сообщается о том, что Маргарет Тэтчер, ранее являвшаяся знаковой политической фигурой Великобритании, становится объектом критики со стороны Бориса Джонсона и обвиняется им в плохом состоянии дорог в Лондоне: «*Boris Johnson blames Margaret Thatcher for roadworks 'disgrace'*»³²⁸. 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 применяет «смягчающую» его выводы фразу *I am afraid*.

Тактика выражения экспрессии

В результате анализа практического материала было выявлено, что при создании заголовков СНТ автор ориентируется на оказание воздействия на читателя. Это проявляется в тактике эмоциональной презентации информа-

³²⁷ Conservative MPs sign motion critical of NHS bill // The Guardian. 14.03.2012.

³²⁸ Boris Johnson blames Margaret Thatcher for roadworks 'disgrace' // The Guardian. 11.01.2010.

ции. Она вербализуется в приемах использования стилистически окрашенной лексики: *Supermarkets at root of veg shortage*³²⁹, *Candidates ban threatens Iraq vote*³³⁰. Особенно часто к экспрессивным языковым средствам, характерным для разговорного стиля, обращаются журналисты газеты «The Times»: *work until 80 under plan to axe retirement*³³¹, *Alastair Campbell is grilled at the Iraq Inquiry*³³².

Тактика выражения экспрессии при презентации информации также реализуется в приемах, связанных с применением лексики со специфической семантикой. В заголовке часто используются слова, в лексическом значении которых присутствуют семы «актуальность», «новизна», отражающие важную характеристику новостного текста. К таким словам относятся: *latest*, *breaking*, *sensational*, *scandal*. Причем набор этих слов позволяет градуировать степень выраженности данного признака от минимальной – *Latest: Haiti tragedy deepens as aid efforts thwarted*³³³, *Breaking: Clinton launches attack on China over cyberspying*³³⁴, – до максимальной: *The £100bn schools scandal*³³⁵, *Peter Robinson steps aside over wife's scandal*³³⁶, *Sex scandal MP Nigel Griffiths to stand down*³³⁷. Использование данного приема позволяет привлечь внимание читателя к материалу.

Приемы выражения оценки, реализующиеся на лексическом уровне, также нацелены на оказание воздействия на читателя. Следует отметить, что в заголовках новостных текстов эксплицитно выраженные оценочные средства встречаются достаточно редко, что обусловлено стремлением качественных изданий к объективности, непредвзятости представления информации. Тем не менее, в 4 % заголовков статей была выявлена оценка представляемого события, факта, действий политика и т.д.

³²⁹ British supermarkets at root of vegetable supply problem // The Guardian. 15.01.2010.

³³⁰ Candidates ban threatens Iraq vote // The Guardian. 16.01.2010.

³³¹ Work until 80 under plan to abolish retirement // The Times. 11.01.2013.

³³² Alastair Campbell is grilled at the Iraq Inquiry // The Times. 11.01.2013.

³³³ Haiti earthquake: law and order breaks down // The Telegraph. 14.01.2010.

³³⁴ Breaking: Clinton launches attack on China over cyberspying // The Telegraph. 21.01.2012.

³³⁵ The £100bn schools scandal // The Times. 24.01.2013.

³³⁶ DUP leader Peter Robinson steps aside // The Guardian. 11.01.2010.

³³⁷ Sex scandal MP Nigel Griffiths to stand down // The Telegraph. 01.02.2010.

Важным лексическим средством выражения оценки является прилагательное. Так, при оценке действий Тони Блэра в отношении Ирака в текстах был выявлен прием диффамации, эксплицированный в словах с отрицательной оценкой – *Unrepentant Blair: 'I'd do it again'*³³⁸, – или с помощью прилагательных с положительным оценочным значением, которое меняется на противоположное в контексте: *Righteous, responsible but no regrets: Blair in the dock*³³⁹. Кроме прилагательных, для создания образа этого политика могут использоваться существительные с отрицательной оценочной семантикой: *Yes, Prime Minister: the culture of fear at No 10*³⁴⁰.

В рассмотренном материале прилагательные с оценкой «хорошо» найдены не были, однако экспликация положительной оценки политического деятеля может быть выражена совокупностью других языковых средств. Так, в заголовке «*We will make teaching 'a noble profession' again, pledges Cameron*»³⁴¹ прилагательное с положительной оценкой *noble*, характеризующее профессию учителя, находится в первой части сложного предложения и распространяет свой оценочный потенциал на его вторую часть и, соответственно, политика, который поклялся воплотить это обещание в жизнь. Определенный аксиологический заряд несет и местоимение *we*, объединяющее политика с аудиторией.

Тактика оценки представляемых в новостном сообщении событий может находить языковое воплощение в приеме использования в заголовке слов с отрицательной коннотацией, например, *gun, bomb: Taliban launch gun and bomb attacks on Kabul*³⁴²; лексем с семой «смерть»: *Old face 'pay as you die' tax*³⁴³, *Care charities attack 'death tax' squabble*³⁴⁴, *Nato rockets kill 12 Afghan civilians*³⁴⁵; с семой «опасность»: *Britain at risk of worse deficit crisis than*

³³⁸ Righteous, responsible but no regrets: Tony Blair's day in the dock // The Guardian. 29.01.2010.

³³⁹ Там же.

³⁴⁰ Yes, Prime Minister: the culture of fear at No 10 // The Times. 15.02.2012.

³⁴¹ David Cameron: we will make teaching 'a noble profession' again // The Telegraph. 17.01.2010.

³⁴² Taliban launch gun and bomb attacks on Kabul // The Telegraph. 18.01.2010.

³⁴³ Tory 'death tax' poster condemned // The Guardian. 12.02.2010.

³⁴⁴ Pensioners face 'pay as you die' council tax, Tories claim // The Telegraph. 21.02.2010.

³⁴⁵ Nato rockets kill 12 Afghan civilians // The Guardian. 14.02.2012.

*Greece*³⁴⁶, *On borrowed time: shock deficit threatens UK recovery*³⁴⁷, *Snow warning as Government holds salt summit*³⁴⁸, *Britain 'complicit in mistreatment and possible torture' says UN*³⁴⁹.

Следует подчеркнуть, что оценка политических деятелей в новостных текстах качественных Интернет-газет передается завуалированно. Например, отрицательная оценка передается с помощью сатиры: *David Cameron darted from meeting to meeting in Downing Street on Friday*³⁵⁰. Глагол «*dart*», имеющий значение *to run or move quickly*³⁵¹, 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;

В следующем примере оценка политиков также проявляется опосредованно: *However, their views will be counterbalanced by four Conservative "pamphleteers" who have all published detailed critiques of the European court of human rights*³⁵². Называя представителей консервативной партии словом «*pamphleteers*», автор подразумевает тенденциозность, патетичность их критических высказываний и тем самым девальвирует мнение этих политиков.

Тактика персонификации автора проявляется в трансформации категории автора, который персонифицируется для читателя. В околотекстовое пространство новостного сообщения сетевой газеты включаются данные об имени и должности автора, прилагается его фотография. Все из рассмотренных британских качественных Интернет-газет предлагают читателю возможность использования навигации «по автору», чтобы искать необходимые новостные сообщения, опубликованные данным журналистом.

К числу авторов, признаваемых наиболее компетентными в вопросах политики, можно отнести Патрика Винтура (политический редактор газеты

³⁴⁶ Britain at risk of worse deficit crisis than Greece // The Telegraph. 13.01.2012.

³⁴⁷ On borrowed time: shock deficit threatens UK recovery // The Times. 17.02.2013.

³⁴⁸ Snow warning as Government holds salt summit // The Telegraph. 12.01.2010.

³⁴⁹ Britain 'complicit in mistreatment and possible torture' says UN // The Guardian. 18.03.2011.

³⁵⁰ Cameron attacked over counter-terror cutbacks // The Times. 21.01.2012.

³⁵¹ Merriam-Webster's Online Dictionary, 2012.

³⁵² LibDems not to support Tory motion // The Guardian. 16.03.2012.

«The Guardian»), Патрика Хеннесси («The Telegraph»), Мэтью Перриса («The Times»).

Так, Интернет-газета «The Guardian» предлагает краткую справку о П. Винтуре с указанием его должности: «*a political editor for the Guardian*». В газете «The Telegraph» предлагается развернутая характеристика персоналии автора: «*Patrick Hennessy was political editor of The Sunday Telegraph from 2004 until September 2013. Previously he had been a lobby correspondent since 1992, covering the downfall of John Major, the rise of New Labour under Tony Blair and Gordon Brown, and the Conservative fightback under David Cameron*». В ней отмечаются важные для Великобритании политические события, в освещении которых принимал участие П. Хеннесси. Благодаря такой характеристике журналист предстает как опытный эксперт, способный точно представить конкретное политическое событие и разъяснить исходную ситуацию, в контексте которой оно произошло.

Сходным образом характеризуется политический редактор М. Перрис в Интернет-газете «The Times»: «*Matthew Parris joined The Times in 1988. He worked previously at the Foreign Office, as Margaret Thatcher's correspondence clerk and as Conservative MP for West Derbyshire. Having been the paper's parliamentary sketch writer for 13 years, he now writes an opinion column on Saturdays and a diary on Wednesdays. In 2010 he won the British Press Award for Columnist of the Year*». Упоминание успешной карьеры М. Перриса на политическом поприще, во-первых, свидетельствует об опыте данного автора в сфере политики, а во-вторых, эксплицитно представляет данные о его приверженности идеологии Консервативной партии.

Анализ практического материала показывает, что современный СНТ не просто содержит новость, но предлагает ее авторскую интерпретацию, сближаясь с аналитикой. Редакция качественной Интернет-газеты видит свою задачу в предложении читателю возможности выбрать из существующих мнений и сформировать собственный взгляд на событие на основе сравнения не-

скольких источников. Этим обусловлено опубликование статей разных журналистов, посвященных общей теме, в одном выпуске сетевой газеты.

В то же время, за многие годы печатные прототипы данных изданий заработали репутацию источников достоверной информации и качественного комментария. Авторы материалов, публикуемых в данных газетах, являются предметом гордости редакции, признанными профессионалами, чье мнение о событии важно читателю. Тот факт, что Интернет-газеты содержат новостные статьи, которые создаются одновременно для опубликования в воскресных изданиях печатных вариантов, оказывает влияние на презентацию информации: в ней констатация факта тесно переплетена с авторским взглядом на событие.

Таким образом, современная качественная Интернет-газета делегирует автору-журналисту право представлять информацию от своего имени и одновременно персонифицирует его для читателя. В целом, можно говорить о складывающемся новом подходе к пониманию объективности в презентации информации в новостных текстах разных СМИ: информация считается читателем настолько достоверной, насколько надежен источник ее получения.

Такая надежность приписывается изданиям, 1) традиционно считающимися качественными изданиями вслед за их печатными прототипами, – как в случае с рассматриваемыми сетевыми газетами; 2) на основании открытости, прозрачности источников получения информации, что проявляется в ссылках на информаторов, раскрытии личности автора, введении приложения к статье («Article history»); 3) благодаря демонстративной готовности редакции воспринимать читательский отклик, в том числе критический, на публикуемые материалы. Последнее связано с активной позицией современного читателя Интернет-газет, эксплицируемой им в комментариях к статьям.

3.4.2 Стратегия формирования общественного мнения

Одной из главных задач качественной сетевой газеты является установление диалога с аудиторией, который становится возможным благодаря интерактивности всемирной паутины.

Диалогичность сетевого новостного текста заключается в том, что автор заранее ожидает читательской реакции, которая выражается не только опосредованно, в спросе на информационный продукт, то есть количестве посещений сайта Интернет-газеты, но и непосредственно в сопровождающем текст комментарии.

Реакция читателя на статью, благодаря техническим возможностям сети Интернет, появляется сразу после опубликования материала и входит в его околотекстовое пространство.

Наличие у статьи комментариев, очевидно, имеет важное значение для редакции, поскольку информация об их количестве предваряет текст статьи и публикуется вместе с заголовочными комплексами на первом и втором уровнях сайта. Большое количество комментариев свидетельствует об актуальности темы и статьи, что привлекает дополнительную читательскую аудиторию.

В целом, коммуникация на оси «автор – читатель», опосредованная Интернет-газетой, приобретает черты непосредственного общения, при котором отклик адресата ожидается через непродолжительный промежуток времени. В данном случае можно говорить о смешении устной и письменной речи при представлении информации в сетевом новостном тексте, неоднозначности и перспективности разработки вопроса о типе речи, превалирующем в электронных СМИ.

Складывается «полиавторский тип текста»³⁵³, в котором авторский текст и читательские отклики объединяются в единое текстовое пространство, заполненное фактуальной и концептуальной информацией.

³⁵³ Щипицина Л. Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. – М.: КРАСАНД, 2010. – С. 239.

В ходе анализа 20 статей, сопровождающихся читательским комментарием, были выявлены следующие особенности реализации стратегии формирования общественного мнения.

В среднем СНТ сопровождается читательскими откликами, количество которых варьирует – от нескольких единиц (9) до нескольких сотен (509), что в среднем составляет около 70 комментариев.

Под комментарием понимается высказывание, содержащее позицию читателя относительно представленной в СНТ ситуации, события. Комментарии расположены под текстом в разделе «Comments», оформлены как отдельный текст, имеющий автора. Целью его опубликования является выражение читателем положительной или отрицательной оценки описываемых в новостной статье событий.

Положительная оценка выражается в поддержке мнения автора-журналиста, в то время как отрицательная оценка заключается в противопоставлении собственной точки зрения читателя позиции автора. Поскольку в процессе формирования общественного мнения автор ставит перед собой две основные задачи – навязать читателям либо положительную, либо отрицательную оценку события, – можно говорить о реализации двух основных тактик в пределах данной стратегии: тактики **стимулирования положительной оценки** и тактики **стимулирования отрицательной оценки**.

В ходе анализа были также выявлены комментарии, оценочность которых может быть квалифицирована как нейтральная по отношению к содержанию сетевого новостного текста. К таким читательским откликам относятся те, в которых 1) критике подвергаются и авторская, и противоположная ей позиции; 2) реализуется контактоустанавливающая функция, то есть они публикуются с целью вступить в дискуссию; 3) не прослеживается связь публикуемого комментария с содержанием новостного сообщения.

Рассмотрим статью «*Coalition split over £63 bn AstraZeneca bid by US rival Pfizer*»³⁵⁴, опубликованную в Интернет-газете «The Guardian» 3 мая 2014 г., авторы – Н. Ватт и К. Алэн. На момент обращения к текстовому источнику данное сообщение имело 509 комментариев:

(1) *The coalition was struggling on Sunday night to maintain a united front on the proposed £63bn takeover of the British pharmaceutical group AstraZeneca by its giant US rival Pfizer as ministers gave conflicting responses to a proposal by Ed Miliband to toughen up the rules to protect key British companies.*

(2) *As AstraZeneca stepped up its campaign against Pfizer, Vince Cable, the business secretary, gave a guarded welcome to by the Labour leader's proposal to expand the public interest test to protect Britain's "strategic" science base.*

(3) *But Conservative party chairman Grant Shapps said Miliband's proposal was "anti-business, anti-jobs and anti-jobs security".*

(4) *The mixed signals from the coalition came after Miliband said no other country in the world would simply wave through a takeover of such strategic national importance.*

(5) *He also accused David Cameron of acting as a cheerleader for the US group's proposed bid for its British rival after the prime minister praised the US giant for delivering "robust" assurances.*

(6) *Cameron spoke out after Ian Read, Pfizer's Scottish-born chief executive, promised to complete a "substantial" Pfizer research and development facility in Cambridge and to employ at least 20% of the combined company's total R&D workforce in the UK.*

(7) *Miliband, however, said Pfizer had a "pretty dubious record" on takeovers and wrote to the prime minister calling for a change in the law to create a new public interest test to cover strategic economic interests.*

(8) *Under the Enterprise Act, the business secretary can intervene in a proposed takeover on grounds of public interest if there is a threat to national security, media plurality or financial stability.*

(9) *In his letter to the prime minister, Miliband called for a "more substantive assessment" of whether the takeover of "strategic elements of our science base" were in the national economic interest.*

(10) *The Labour leader also called for an independent assessment of the impact a Pfizer takeover would have on Britain's long-term science and industrial base.*

(11) *He told the Andrew Marr Show on BBC1: "David Cameron is in totally the wrong place on this issue. He has become a cheerleader for Pfizer's takeover when instead he should be championing the long-term agenda for high-quality jobs in this country which AstraZeneca provides.*

(12) *"No other country in the world would be waving this bid through, nodding it through on the basis of pretty weak assurances from Pfizer, who have a pretty dubious record when it comes to their record in this country and other takeovers," said Miliband.*

(13) *"The prime minister, rather than being that cheerleader for this takeover with paper-thin assurances, should be actually championing British jobs and a British success story that is AstraZeneca – investing in research and development, a crucial part of our science base."*

(14) *Cable indicated that he would be taking Miliband's idea seriously. The business secretary told the BBC: "We have obviously been looking at the options around the public interest test and other factors." Asked whether there were plans to review the public interest test, he said: "Obviously we are looking at this option amongst others."*

(15) *But Shapps told Sunday Politics on BBC1: "Miliband's approach is to simply be anti-business, anti-jobs, and anti-job security that families in this country want."*

(16) *Shapps later told The World This Weekend on BBC Radio 4: "Playing politics with it, coming in and writing that kind of letter that suggests you want to introduce some new additional tests – the sort of tests they completely failed to use when Labour messed up the Kraft/Cadbury takeover – is really disingenuous. I don't often say this but, on this occasion, Miliband has overstepped the mark."*

(17) *The contrasting remarks by Cable and Shapps highlighted different views within the government over the proposed deal. Cable is insisting that, from the moment the takeover emerged, he had been attempting to protect British jobs and AstraZeneca's research and development facilities.*

(18) *The initial response of Conservative ministers was to hail the planned takeover as a sign of Britain's competitive corporate tax regime.*

(19) *Cable is expected to stop short of introducing emergency legislation to change the law in line with Miliband's proposal. It is understood that existing legislation gives him enough power to intervene to protect Britain's science base.*

³⁵⁴ Coalition split over £63 bn AstraZeneca bid by US rival Pfizer // The Guardian. 03.05.2014.

(20) Shapps indicated that the Tories had changed tack and were now stressing the importance of protecting Britain's science base: "We are going to have tests which ensure this get together becomes a great Anglo-American project or it doesn't happen."

(21) The Tory chairman told the BBC: "The government's assessment of this is that we will be fighting for British jobs and British science, the research and development and the rest of it ... Everybody knows there are good and bad takeovers, good and bad mergers."

(22) "This could be a great Anglo-American company but we have to make sure that both sides are approaching it in good faith and it is in Britain's interests, meaning for British jobs and British science."

(23) Shapps rejected Miliband's claim about the prime minister. He said: "The idea that we are cheerleading for one or the other side of this is completely insane. It symbolises Ed Miliband playing politics literally with people's jobs in this case."

(24) An AstraZeneca spokesman said: "AstraZeneca has a deeply rooted history in the UK and we have reiterated our long-term commitment through our continued investments in research, development and manufacturing, which we believe will deliver value for our company and for society for years to come."

Содержание текста сводится к критике Э. Милибэндом, возглавляющем коалицию Лейбористской и Либерально-Демократической партий, готовящего поглощения крупнейшей британской фармацевтической компании *AstraZeneca* американской корпорацией *Pfizer*. Представители конкурирующей Консервативной партии британского парламента, напротив, данную сделку поддерживают. Пропозициональное содержание СНТ, то есть его фактуальная информация, может быть сведено к следующему: *Pfizer takes over AstraZeneca. E. Miliband and the Liberal Democrats criticize the transaction. The Conservative party supports it.* Выделенные выше пропозициональные единицы содержания, очевидно, служат исходными точками для комментария, поскольку читатели выражают свое отношение именно к данным фактам. Темы всех комментариев к статье могут быть сведены к следующим разделам: *E. Miliband and the Liberal party, the Conservative party, Pfizer and American business.*

Авторское отношение к представленному событию реализуется в тексте посредством различных приемов.

1. Позиция Э. Милибэнда представляется в верхней части текстовой структуры, что акцентирует значимость этой информации. Точка зрения политика раскрывается наиболее аргументировано: *Pfizer had a "pretty dubious" record; no other country in the world would simply wave through a takeover of such strategic national importance.* Из текста следует, что Милибанд ставит перед собой задачу защитить национальную экономику, что должно находить

положительный отклик у читателя: *to protect Britain's "strategic" science base; to toughen up the rules to protect key British companies; to cover strategic economic interests; to call for an independent assessment of the impact of a Pfizer takeover.*

2. Позиция данного политика, цитаты из его выступления на телевидении озвучиваются в тексте несколько раз с целью усиления воздействия на адресата: абзацы (1), (2), (4), (5), (7), (9), (10)-(13), (21), (22).

3. Противоположная точка зрения конкурирующей партии представлена в разделе Фон в качестве деталей основного события: абзацы (14)-(16), (20)-(24). Мнение Консервативной партии, таким образом, нивелируется, подается как менее важная информация.

4. Мнение авторов эксплицитно вводится в текст статьи в качестве промежуточного вывода, отклоняющегося от сообщения последовательности фактов и цитат политических деятелей. В абзацах (17), (19) авторы делают определенные выводы относительно складывающейся в парламенте ситуации: *«The contrasting remarks by Cable and Shapps highlighted different views within the government over the proposed deal»* и строят собственные предположения о том, как события будут развиваться в будущем: *«Cable is expected to stop short of introducing emergency legislation...»*. Важно отметить особенность размещения данных высказываний в содержательной структуре рассматриваемого СНТ: они вводятся не в начальной его части с целью сохранить видимость объективности, фактографичности изложения информации в той части текста, которая содержит блоки Краткое содержание и Главное событие. Данный прием демонстрирует читателям приверженность редакции Интернет-газеты канонам создания новостного сообщения качественного издания. Авторский вывод завершает блок Главное событие и предваряет Фон, то есть предлагается читателю ненавязчиво, в той части текстовой структуры, в которой способность читателя критически оценивать информацию ослабевает.

В ходе количественного подсчета было выявлено, что 295 комментариев (58% от общего числа) – отклики читателей, которые поддерживают мнение автора, то есть содержат положительную оценку. Они могут быть тематически сгруппированы следующим образом: 1) положительная оценка Э. Милибанда как политического деятеля; 2) отрицательная оценка противоборствующей политической партии; 3) отрицательная оценка компании, которая намерена поглотить британского производителя лекарственных средств.

Первая группа комментариев может быть проиллюстрирована следующими примерами: *Miliband is finally doing his job. His points are all correct (Rabiesx15); For the first time I think, today he actually sounded like the prime minister in waiting (Taxthepoormore); I only hope Miliband will continue in his stand against this pernicious takeover which is only likely to degenerate (Overandout101); Congrats to Ed Miliband for again daring to take on these sort of issues (Addicks123); Miliband and the Labour Party are simply taking a stand against companies and magnates who are exploiting and exploiting the British people (Tonights the night); A prime example of Ed Milliband standing up for British industry, research and jobs, while the Tories show only interested in looking after big business (SaintPeter76); Ed has got a nerve (Quarck007)*. В них дается положительная оценка политика – его персональных и профессиональных качеств – и выражается поддержка представляемой им Лейбористской партии.

Во вторую группу можно отнести такие комментарии, как: *the Tories' old anti-business schtick hurled at Labour yet again. Same old story, same old Tories (Anerdsham); Clearly the Tories are completely lacking in self awareness (cbonn); Yet again the Tories are on the wrong side of the argument (Down Aquarius); It is the stock Tory answer to anyone who questions the great free market god. All kneel and praise it (johnnyrotten); I am always struck how the same Tories who complain about British sovereignty being lost to Europe are more than happy to see our companies and infrastructure flogged abroad so easily (johnnyrotten); Businesses of the UK...trust us the Tory Party to sell you down the*

river to any foreigner with dosh (Thomas Picton); The Tories love big business, because that is who pays for them now and later on, the real price is not paid buy them (Rabiesx15); let's get it back and stop the Tory rich from getting richer and staying rich at our expense (Gelion). Данные комментарии содержат отрицательную оценку Консервативной партии, что подразумевает имплицитную поддержку позиции Э. Милибанда.

Третья группа комментариев включает читательские отклики, содержащие отрицательную оценку компании, которая угрожает самостоятельности британского производителя лекарств: *The history of Pfizer tells a different story. Not to be trusted (Beam Ends); Pretty horrible company (VSLVSL); Pfizer has a very poor record on job security (jakedog), Pfizer are constantly on court for fraud. They are found guilty (Echoofadistanttide).* Отрицательно оценивается читателями политика американского бизнеса в целом: *The US is a threat to everything we rule. We should not be letting them control our businesses (C4H8AuClS); we have proud recent history of being a junior partner is some great American adventures (PaleMan); If Americans buy AstraZeneca, then they may take it to China, sell it, or kill it as a Pfizer's competitor. Cable should stop that takeover (Omasta).*

Как видно из приведенных примеров, основным способом поддержки позиции автора СНТ является отрицательная оценка противоположной точки зрения. Стоит отметить, что в комментариях второй и третьей группы преобладает констатация читателями собственной позиции, аргументированной оценки не выявлено.

Как было указано выше, отправной точкой читательского отклика становятся выделенные автором в качестве основных элементы фактуального и концептуального содержания. В то же время, введение в текст экспрессивных элементов, таких как эмоциональные высказывания политиков, цитируемые в тексте, обеспечивает читательский интерес и стимулирует отклик.

Например, в тексте приведена цитата представителя Консервативной партии Г. Шеппса, который критикует Э. Милибэнда, обвиняя его в противоречии интересам каждой британской семьи: *"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 поддержку 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)*. Приведенные примеры демонстрируют, что читатели «играют» со словом автора, устанавливая неразрывную связь между текстом и комментарием.

Как было отмечено выше, читательские комментарии включают также отрицательную оценку точки зрения автора СНТ. В рассматриваемом тексте они составляют 26% от общего числа публикаций.

С точки зрения темы, они в целом направлены на критику политики партии: *Lib Dems are a wolf under a ship skin and cannot be trusted (Buzzbatter); Lib Dems... are shallow and predictable (MeandYou); yet more pre-election standing from the Lib Dems – a party without a purpose, rather than survival (semyorka)*. Представители Либерально-демократической партии сравниваются с волком в овечьей шкуре, обвиняются в предсказуемости и недалекости, представляются как партия без цели.

Схожие приемы реализации стратегии формирования общественного мнения были выявлены в ходе анализа новостной статьи «*Tories accuse Alex Salmond of being 'Pinocchio of Scottish politics' over EU*»³⁵⁵, опубликованной в «The Telegraph» 13 декабря 2013 г., автор – С. Джонсон:

(1) *The Scottish Tory leader highlighted how on November 28 Mr Salmond used a letter he lifted from a nationalist website to argue that a separate Scotland would not be kicked out of the bloc.*

(2) *But she said he failed to mention that the European Commission contacted the Scottish Parliament on November 5 clarifying the letter because "it may have led to some misunderstanding".*

³⁵⁵ Tories accuse Alex Salmond of being 'Pinocchio of Scottish politics' over EU // The Telegraph. 13.12.2013.

(3) *The clarification highlighted a statement by José Manuel Barroso, the commission president, that a new independent state would “become a third country with respect to the EU and the Treaties would no longer apply on its territory”.*

(4) *Ms Davidson told First Minister’s Questions that Mr Salmond’s willingness to use the original letter, but not the subsequent clarification, showed that he was attempting to mislead the Scottish public.*

(5) *Mr Salmond’s official spokesman said he had not been aware of the clarification and the original letter was still valid as it had also been sent by the commission.*

(6) *But the Scottish Tory leader said it was the third time Mr Salmond had misled the public about the EU and questioned how voters could “trust a word that comes out of his mouth” on any issue.*

(7) *“He has been caught red-handed presenting an out-of-date letter to Parliament, conveniently ignoring a later one from the European Commission which blows apart his policy that Scotland would be fast-tracked into the EU,” Ms Davidson said.*

(8) *“It seems extraordinary to imagine that Scotland’s First Minister would rather browse the Internet for answers than check the parliament for official information, or even contact the commission direct himself.”*

(9) *She added: “The First Minister is the Pinocchio of Scottish politics, every time he speaks on Europe his nose grows another inch.”*

(10) *Ms Davidson was reprimanded by the presiding officer for unparliamentary language when she made the jibe at First Minister’s Questions, but she insisted he had repeatedly misled the public on the EU.*

(11) *She referred to a television interview in which he suggested he had received advice on the issue from his law officers. The First Minister then spent almost £20,000 of public money going to court to keep secret the fact that the legal advice did not exist.*

(12) *Mr Salmond’s White Paper on independence, published on November 26, claimed an independent Scotland would start life in the EU on the same terms as the UK, including an opt-out from the euro.*

(13) *But the following day, Mariano Rajoy, the Spanish Prime Minister, said a separate Scotland would be kicked out of the EU and would have to apply from scratch for membership.*

(14) *On November 28 Mr Salmond brandished a letter he told MSPs was from the European Commission which he said proved Scotland could negotiate its terms of entry while remaining in the EU.*

(15) *It later emerged the correspondence had not been sent to the Scottish Government and had instead been lifted from a nationalist website.*

(16) *Mr Salmond’s official spokesman initially said that he did not know the identity of the recipient then, several hours later, it emerged it was an SNP member in Aberdeen.*

(17) *Defending its use, the First Minister said yesterday: “The letter that I quoted from was absolutely genuine and was from the commission.”*

В данном СНТ речь идет об обвинениях, которые член Консервативной партии Шотландии Рут Дэвидсон предъявляет лидеру Шотландской национальной партии Алексу Салмонду. Претензии заключаются в том, что А. Салмонд, говоря о невозможности обретения Шотландией независимости, ссылается на письмо сомнительного происхождения. Содержание текста может быть сведено к следующему набору пропозиций: *Ruth Davidson is the Scottish Tory leader. She accused Alex Salmond, Scotland’s First Minister, of using*

unjustified sources. In a letter used by him it is stated that independent Scotland will not be adopted by the European Union.

Позиция автора относительно данного события может быть выведена из следующих фактов. Газета «The Telegraph» традиционно поддерживает Консервативную политическую партию Великобритании, в связи с чем основная часть содержания статьи посвящена разъяснению мнения данной партии относительно выхода Шотландии из состава Объединенного Королевства. Макроструктурные части текста Краткое Содержание и Главное Событие содержат критику политических действий А. Салмонда. В связи с этим точка зрения автора заключается в положительной оценке представителя Консервативной партии и отрицательной оценке ее оппонента.

Как видно из текста, основное внимание уделено критике А. Салмонда, которая высказывается как автором, так и цитируемым им политиком.

Так, в абзаце (1) А. Салмонд обвиняется в использовании Интернет-ресурса националистского толка, а в абзацах (2), (3), (4) его уличают во лжи. Каждый аргумент, который можно интерпретировать в пользу данного политика, сопровождается контраргументом, вводимым с помощью союза *but* (2), (6), (13). Тем самым расшатывается позиция А. Салмонда, а мнение его политической оппонентки становится более весомым.

Пытаясь убедить читателя в истинности оценок Р. Дэвидсон, автор аргументированно доказывает, что ее позиция правомерна, ссылается на авторитетное мнение таких деятелей как Ж. М. Баррозу (3). Главным приемом представления положительной оценки в данном тексте является диффамация политического оппонента, то есть завуалированная положительная оценка. Такие лексические единицы как *misled* (в тексте использовано дважды), *misunderstanding* имеют в структуре своего значения сему «обман»: *to mislead* – *to lead in a wrong direction or into a mistaken action or belief often by deliberate deceit*³⁵⁶. Для усиления воздействующего эффекта автор использует по отно-

³⁵⁶ Merriam-Webster's Online Dictionary. – Режим доступа: <http://www.merriam-webster.com>

шению к А. Салмонду прецедентное имя Пиноккио. Тем самым он уличает политика во лжи, не используя прямых обвинений, а прибегая к описанию прецедентной ситуации: *The First Minister is the Pinocchio of Scottish politics, every time he speaks on Europe his nose grows another inch*. Благодаря апелляции к известному сказочному персонажу, журналист точно дает понять читателю, что он имеет в виду.

Как видно из приведенного примера, тема данного СНТ – выход Шотландии из состава Соединенного Королевства, однако авторский замысел заключается в том, чтобы представить два противоположных мнения относительно этой проблемы. Автор дает отрицательную оценку противнику процесса отделения Шотландии, что позволяет судить о подтекстовой части содержания статьи. Очевидно, цель автора – убедить аудиторию в возможности и необходимости отсоединения Шотландии.

В этой связи комментарии, которые были опубликованы читателями, в содержательном отношении могут быть разделены на те, в которых поддерживается идея независимости Шотландии, и те, в которых эта идея критикуется. Общее число комментариев составило 125; 21 отклик (то есть 17 % от общего числа) может быть расценен как нейтральный.

Поддержка позиции автора выражается в 59 высказываниях, что составляет 47 % от общего числа. Информация о том, что А. Салмонд нечестен перед избирателями, очевидно, убедительно представлена автором, поскольку значительное количество комментариев основано на этом мнении: *I cannot for the life of me, understand why anyone could trust such a dishonest man as salmond, i hope we dont become independant (borderer) (орфография автора сохранена), he has proven himself time and time again, to be dishonest at best, and a down right - at worse (borderbill)*.

Экспрессивные высказывания, в которых автор использует прием насмешки над А. Салмондом, часто становятся отправной точкой комментария, как положительного, так и отрицательного. Читатели могут выражать согла-

сие с мнением автора – *True, Salmond does tend to speak "in terms of the debate" but his nose has not grown. Other parts of his anatomy perhaps, but not his nose (borderbill), или не соглашаться с ним: Ruth Davidson is not entirely correct. True, Salmond does tend to speak "in terms of the debate" but his nose has not grown (borderbill), David Cameron is the biggest Pinocchio of all when it comes to the EU and what he's going to do about it (Steven McKeane).*

Стоит отметить, что значительное количество комментариев содержат аргументированную критику точки зрения автора статьи: *So far no logical, rational explanation has been given to explain why Scotland would not be fast tracked to continue its EU membership. It is an existing member with all requirements being fulfilled; If Davidson cannot use Parliamentary language, then she shouldn't be there. What exactly did Salmond say, that misled parliament? (Douglas Homelied). The usual time for completely new members applying, of 6 or so years, is a practical process to ensure that there is convergence of EU laws of all kinds with the applying state. Scottish MEPs already sit in the European Parliament etc. All these requirements have been in place for 40years (brianpowell).* Подобного рода комментарии могут содержать иронические высказывания по поводу однобокого освещения данной проблемы, называя статью *The whole EU story saga (MincePie), the usual Tory hysteria (merchantbanker).*

Несовпадение авторских и читательских оценок представленного события, очевидно, подтверждает свойство качественной прессы, о котором говорилось выше – она ориентируется на читателей, способных критически оценивать и подвергать сомнению предлагаемую им информацию. Это обуславливает скрытый, завуалированный характер представления концептуальной части содержания сетевого новостного текста качественных Интернет-газет.

При этом стоит подчеркнуть, что в целом 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. К последним следует отнести представление главной, с точки зрения автора, информации в верхних уровнях текстовой структуры (абзацы (1)-(11)). Это придает сведениям особенную значимость и обуславливает большое количество читательских откликов. В то же время, информация о противоположной точке зрения помещается автором в конце статьи, то есть в фоновой части содержания, которая традиционно рассматривается читателем как неважная, не обязательная для прочтения (абзацы (14) – (17)).

Совпадение авторского мнения и читательских оценок важно для редакции, поскольку это делает воздействующий потенциал статьи более выраженным. При этом вынесение дополнительных оценок в околотекстовое пространство снимает с редакции ответственность за формируемый оценочный контекст, в котором реализуется представляемая информация.

Таким образом, стратегия формирования общественного мнения играет важную роль в представлении информации в сетевом новостном тексте, поскольку, во-первых, позволяет осуществлять мониторинг степени воздействия опубликованного в Интернет-газете материала на читательскую аудиторию, а во-вторых, позволяет усиливать воздействующий потенциал статьи за счет эксплицитно выраженных оценок, которые входят в околотекстовое пространство и формально не принадлежат автору.

Стратегия формирования общественного мнения реализуется в тактиках стимулирования положительной или отрицательной оценки читателя. Основными приемами, используемыми для стимулирования положительной оценки события или политической персоналии, являются 1) представление положительно оцениваемой автором информации в начальной части содержательной структуры СНТ, 2) отрицательная оценка противоположной точки зрения, 3) аргументированное изложение точки зрения положительно оцениваемых политиков.

Реализация тактики стимулирования отрицательной оценки у читателей в большинстве случаев основана на использовании такого приема, как размещение подвергающихся критике сведений в нижней, фоновой части содержательной структуры СНТ, рассматриваемой читателем как менее значимая.

Проведенный анализ 10 СНТ и прикрепленных к ним читательских комментариев, опубликованных в Интернет-газетах «The Guardian», «The Telegraph», свидетельствует об общей тенденции к положительной оценке представленной в статьях информации. Согласно сделанным подсчетам, 52 % комментариев содержат положительную оценку авторской позиции, 22 % – отрицательную оценку, 26 % комментариев нейтральны по отношению к представленной в тексте информации.

В целом, основываясь на анализе материала исследования, можно говорить о расширении пространства текста за счет включения в него читательского комментария. Представление читательского мнения входит в круг дискурсивных стратегий подачи концептуальной информации в СНТ. Появление данной стратегии обусловлено изменяющимися условиями массовой коммуникации, в которой каждый из участников общения играет активную роль в текстопостроении.

ВЫВОДЫ

Суть коммуникации заключается в обмене сведениями, передаваемыми в виде текстов, в которых объективируются знания об окружающем мире. В то же время, процессы представления информации, ее передачи и восприятия, связанные с речемыслительной деятельностью коммуникантов и обусловленные ситуацией общения, включаются в понятие дискурса.

Медиадискурс – это процесс и продукт массовой коммуникации, включающий передачу сведений о событиях, происходящих в обществе, посредством медиатекстов, распространяемых по различным каналам СМИ с целью информирования массового адресата, а также оказания воздействия на него.

Таким образом, понятие медиадискурса включает совокупность экстралингвистических факторов, определяющих процесс текстопорождения, в частности особенности производства и распространения информации, то есть стратегии.

Представление информации в новостном тексте имеет стратегическую природу, поскольку оно основано на соотнесении коммуникативной цели, отражающейся в функциональной направленности текста, с существующими в дискурсе СМИ правилами передачи содержания – дискурсивными стратегиями.

Представление информации в новостном тексте Интернет-газет осуществляется автором-журналистом на основе имеющейся в его сознании модели, включающей знание о некотором событии, например, относящемся к сфере политики, и о дискурсивных стратегиях представления информации в текстах СМИ, находящих специфическую реализацию в тактиках и приемах в связи с реализацией в Интернет-газете как особенной коммуникативной сфере.

Модель представления информации в сетевом новостном тексте имеет полевою 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.

Нацеленность сетевого новостного текста на информирование и воздействие определяет присутствие в его содержании фактуальной информации, содержащей сведения о событии, и концептуальной информации, являющейся результатом субъективного авторского отражения реальности.

Дискурсивные стратегии представления фактуальной информации включают поэтапное развертывание и деперсонализацию информации.

Стратегия поэтапного развертывания 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.

В результате информация представляется в максимально концентрированном виде в заголовочных комплексах первого и второго уровней. В содержание вводного предложения добавляются отдельные пропозициональные компоненты, детализирующие представляемое событие. Постепенно, по мере удаления от начала текста, в содержание вводятся компоненты, насыщающие представляемую картину события фактами, значительная часть которых опосредованно связана с темой статьи.

Стратегия деперсонализации, реализующаяся посредством тактики дистанцирования, нацелена на придание изложению объективности, которая является одним из основных форматных требований, предъявляемых к тексту новостного типа.

Говоря о дискурсивных стратегиях подачи концептуальной информации, следует отметить их общую нацеленность на включение в содержание сетевого новостного текста структур, отражающих результат личной или коллегиальной (разделяемой редакцией газеты в целом) авторской интерпретации и оценки информации.

Стратегия интерпретации информации актуализируется с помощью таких тактик, как введение читателя в заблуждение, прямое или завуалированное выражение оценки, персонификации автора посредством введения биографической справки перед текстом. Ее цель – убедить читателя в авторитетности мнения журналиста, освещающего события.

Стратегия формирования общественного мнения заключается в одновременном мониторинге и стимулировании нужных оценок у адресатов СНТ. Реализация данной дискурсивной стратегии прослеживается во включении в околотекстовое пространство новостных текстов Интернет-газет комментариев, которые публикуют читатели. Комментарии, в основном содержащие положительную оценку авторской точки зрения, задают вектор интерпретации текстового содержания и в то же время не осознаются читательской аудиторией в качестве способа навязывания оценок.

Таким образом, дискурсивные стратегии, входящие в состав комплексной модели представления информации в сетевом новостном тексте, представляют собой механизмы преобразования знаний о событии, хранящихся в памяти автора, в текст. Существование такой модели, ее регулярное воспроизведение в большом массиве новостных текстов Интернет-газет, с одной стороны, обеспечивает клишированность и узнаваемость текстов данного типа и тем самым облегчает их восприятие читателями по всему миру. С другой стороны, структурирование всего арсенала стратегий, характеризующих дискурс СМИ, по принципу коммуникативной релевантности (для новостного текста обязательными являются стратегии представления фактуальной информации и необязательными – стратегии представления концептуальной информации) позволяет авторам оперативно обрабатывать информацию о событиях внешнего мира и представлять ее в текстах, обеспечивая непрерывность пополнения и обновления медийной картины мира.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современное общество, определяемое как информационное, характеризуется все возрастающей зависимостью от средств массовой информации. СМИ, выполняя функцию посредника в массовой коммуникации, осуществляющейся между авторами медиатекстов и их потребителями (читателями, зрителями), становятся основным источником информации о мире и имеют широчайший потенциал воздействия на общественное мнение.

Изучение языкового воплощения массовой коммуникации, языка СМИ, является актуальным направлением современных лингвистических исследований. Важно подчеркнуть, что языковая составляющая общественных информационных процессов представителями различных направлений языкознания видится обусловленной экстралингвистическими факторами, связанными с ментальными процессами в сознании коммуникантов и ситуативными условиями, в которых осуществляется общение. Интеграция когнитивных и коммуникативных аспектов при изучении речевой деятельности является главной установкой складывающейся в отечественной лингвистике когнитивно-дискурсивной парадигмы, в русле которой наиболее полно раскрывается такое важное для исследования языка СМИ понятие, как дискурс.

Дискурс представляет собой речевую деятельность, процесс речевого общения, реализующийся с определенной целью в заданных коммуникативных условиях между субъектами коммуникации. В этой связи дискурс можно рассматривать как обусловленную экстралингвистическими факторами речь, связанную с коммуникативными (социальными, функциональными) и когнитивными факторами.

Социальное измерение дискурса включает характеристики коммуникантов, общественную сферу реализации дискурса. Функциональное измерение связано с целью, с которой осуществляется дискурсивная деятельность. Когнитивное измерение дискурса основано на представлении об обусловлен-

ности коммуникации ментальными операциями в сознании участников общения, которые обладают знанием о предмете коммуникации и знанием о типичных для данного дискурса способах языковой объективации этой информации. Таким образом, в понятие дискурса также включается совокупность конвенциональных, регулярно воспроизводимых стратегий представления информации в тексте.

Порождение текста является неотъемлемой частью дискурса, поскольку текст представляет собой его вербализованный продукт, отражающий параметры дискурса определенного вида. Экстралингвистические условия, в которых текст создается и реализуется, а также особенности передаваемого содержания определяют процесс представления информации. Он включает ментальные операции обработки данных о событии и последующую вербализацию полученных структур знания в тексте.

Когнитивный процесс соотнесения коммуникативной цели передачи определенной информации со сложившимися в данном дискурсе типичными способами языкового выражения содержания лежит в основе стратегий представления информации. Важно подчеркнуть, что вид дискурса – медийный – ориентирует автора сетевого новостного текста в выборе средств реализации коммуникативного замысла, что означает существование конвенционального набора стратегий, используемых для представления информации в данном виде дискурса (дискурсивных стратегий).

Дискурс СМИ – это процесс и продукт массовой коммуникации, включающий представление в медиатекстах специальным образом обработанной информации авторами-журналистами для массовой аудитории с целью информирования и оказания воздействия на нее. Иными словами, целью построения и распространения текстов СМИ является формирование в общественном сознании медийной картины мира, «заполненной» нужными фактами и оценками.

Медиадискурс, существующий как совокупность текстов СМИ, репрезентирует коммуникативные (социальные, функциональные) и когнитивные установки массовой коммуникации, причем результаты проведенного анализа демонстрируют возможность варьирования представления информации даже в пределах текста одного функционально-жанрового типа – новостного текста.

При сравнении написанных одним автором и посвященных одному и тому же событию новостных текстов сетевых и печатных газет был выявлен ряд различий. Новостные тексты Интернет-газет обладают менее экспрессивными заголовками, сопровождаются менее яркими иллюстрациями, имеют больший объем и лишены культуроспецифичных компонентов, которые могут затруднить понимание сообщения широкой аудиторией.

Сетевая газета представляет собой особенную коммуникативную среду, оказывающую влияние на способы вербализации содержания новостного текста и модифицирующую правила построения текста данного типа, сложившиеся в медиадискурсе на основе практики представления информации традиционных печатных газет.

С позиций функционально-стилистического подхода жанр сетевого новостного текста, как и печатного, предполагает наличие заголовка, подзаголовка, кратко представляющего основное содержание сообщения, вводного предложения, в котором основное содержание текста представлено более развернуто, и тела текста.

Формально-содержательная структура новостного текста складывается как иерархия смысловых элементов образа представляемого события. Такое структурирование формируется в ходе выявления главных и второстепенных компонентов ментального образа события в зависимости от оценочного содержания, вкладываемого автором в СНТ. В результате формируется суперструктура новостного текста, включающая блоки Краткое содержание, Главное событие и Фон, в которой наиболее важная информация представляется в

первых двух формально-содержательных блоках, а наименее важная – в фоновом блоке.

Семантическая структура новостного текста складывается из таких пропозитивных элементов, как топик, тема и подтемы, также иерархически организованных. Верхний уровень семантической структуры новостного текста представлен топиком, вербализованным в газетной рубрике, ниже располагается уровень темы, представляющей собой ядерную пропозицию текста, далее находятся подтемы, выражающие остальные компоненты текстового содержания.

Такое многоаспектное формально-содержательное структурирование новостного текста составляет жанровую основу процесса его построения в том виде, как ее представляет себе автор-журналист, который под жанром понимает систему требований, канон порождения текста определенного вида. При этом сетевой новостной текст, отвечая общим форматным требованиям, обладает рядом структурных особенностей. Основными принципами представления информации, которые обусловлены существованием текста в сети Интернет, являются многоуровневость, гипертекстуальность и интерактивность.

Многоуровневость предполагает распределение информации, входящей в блок Краткое содержание, по двум уровням сайта с применением различных стратегий ее вербализации в заголовках первого и второго уровней. Гипертекстуальность, как неотъемлемая характеристика СНТ, заключается во введении в пространство текста дополнительной информации, опосредованно связанной с основным текстовым содержанием посредством гиперссылок. Интерактивность проявляется как в обеспечении читателей возможностью самостоятельно определять объем и даже последовательность восприятия обособленных смысловых фрагментов текста, так и во включении в околотекстовое пространство читательских комментариев статьи.

Презентация информации в сетевом новостном тексте СМИ осуществляется автором-журналистом на основе имеющейся в его сознании модели, включающей знание о некотором событии, в частности относящемся к сфере политики, и о стратегиях представления информации, типичных для сетевого новостного текста. Данная модель включает виды информации и стратегии ее представления в сетевом новостном тексте в их обусловленности целями создания текста новостного типа.

Модель представления информации в сетевом новостном тексте имеет полевою структуру. В нее включаются следующие компоненты: образ события, послуживший информационным поводом для создания текста, стратегии представления фактуальной информации, отвечающие за реализацию приоритетной функции информирования, и стратегии представления концептуальной информации, используемые автором с целью оказать воздействие на мировидение адресата.

Представление фактуальной информации основано на использовании стратегий поэтапного развертывания содержания и деперсонализации, что соответствует функционально-жанровым требованиям к построению сетевого новостного текста. В связи с этим стратегии представления фактуальной информации следует рассматривать как облигаторные принципы вербализации содержания в сетевом новостном тексте, обеспечивающие основу процесса построения рассматриваемого текста.

Концептуальная информация представляется посредством стратегий интерпретации информации и формирования общественного мнения. Их использование автором обусловлено стремлением к оказанию воздействия на картину мира адресата, однако ограничено форматом новостного текста качественной прессы, предписывающим объективное представление информации. Как показывает анализ материала ведущих британских Интернет-газет, данная проблема может быть эффективно решена в случае максимального использования околотекстового пространства сетевого новостного сообщения.

С целью передачи концептуальной информации авторы обращаются к воздействию потенциалу заголовков первого уровня, публикуемых отдельно от текста, затекстовым комментариям и даже биографической справке, которая должна убедить читателя в том, что автор является специалистом в данном вопросе.

Совокупность дискурсивных стратегий, используемых для представления информации в сетевом новостном тексте, обеспечивает существование особенной коммуникативной среды, в которой происходит непрерывное производство сообщений, служащих источником сведений о мире для современного потребителя массовой информации.

Результатом деятельности СМИ является формирование медийной картины мира, ментального образа действительности в сознании массового адресата, включающего знания и оценки, тиражируемые текстами СМИ, и в первую очередь новостными текстами. Важно подчеркнуть, что 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 возрастающую роль англоязычных СМИ, в особенности реализующихся в сети Интернет и распространяющих актуальную политическую информацию.

В условиях глобализации массовой коммуникации, осуществляющейся посредством не ограниченных культурными и языковыми границами Интернет-газет, авторы-журналисты и читатели нуждаются в наборе узнаваемых правил построения текстов СМИ. Дискурсивные стратегии представления информации в сетевом новостном тексте в сознании автора и читателя является залогом эффективности массовой коммуникации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абдеев, Р. Ф. Философия информационной цивилизации / Р. Ф. Абдеев. – М. : ВЛАДОС, 1994. – 336 с.
2. Александрова, О. В. К вопросу о концепте и концептуальном анализе / О. В. Александрова // Горизонты современной лингвистики: Традиции и новаторство. Сб. в честь Е. С. Кубряковой. – М. : Языки славянских культур, 2009. – С. 169 – 177.
3. Александрова, О. В. Когнитивные аспекты изучения парантезы в английском языке / О. В. Александрова // Когнитивные аспекты изучения языковых явлений в германских языках: межвузовский сборник научных статей / под ред. А. А. Харьковской. – Самара : Изд-во «Самарский университет», 2000. – С. 3 – 6.
4. Александрова, О. В. Проблема дискурса в современной лингвистике / О. В. Александрова // Когнитивно-прагматические аспекты лингвистических исследований. Сб. науч. тр. – Калининград : Калининградский ун-т, 1999. – С. 9 – 13.
5. Александрова, О. В. Язык средств массовой информации как часть коллективного пространства общества / О. В. Александрова // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический проект; Альма Матер, 2008. – С. 210 – 220.
6. Артамонова, Ю. Д. Герменевтический аспект языка СМИ / Ю. Д. Артамонова, В. Г. Кузнецов // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие / Отв. ред. М. Н. Володина. – М. : Изд-во Моск. Ун-та, 2003. – С. 32 – 49.
7. Арутюнова, Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. – М. : Большая Российская энциклопедия, 1998. – С. 136 – 137.

8. Архипов, И. К. Творчество языковой личности, текст и контекст / И. К. Архипов // *Studia Linguistica*: сб. ст. – Вып 9. - Когнитивно-прагматические и художественные функции языка. - СПб. : Тригон, 2000. – С. 202 – 213.
9. Бабенко, Л. Г. Лингвистический анализ художественного текста. Теория и практика: Учебник; практикум / Л. Г. Бабенко, Ю. В. Казарин. – М. : Флинта: Наука, 2005. – 496 с.
10. Баранов, А. Н. Введение в прикладную лингвистику / А. Н. Баранов – М. : Издательство ЛКИ, 2007. – 360 с.
11. Баранов, А. Н. Лингвистическая экспертиза текста. Теоретические основания и практика / А. Н. Баранов. – М. : Едиториал УРСС, 2011. – 799 с.
12. Бахтин, М. М. Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин // *Эстетика словесного творчества*. – М. : Искусство, 1979. – 423 с.
13. Бенвенист, Э. Общая лингвистика. Пер. с фр. / Э. Бенвенист / Общ. ред., вступ. статья и комментарий Ю. С. Степанова. – М. : Эдиториал УРСС, 2002. – 448 с.
14. Блакар, Р. М. Язык как инструмент социальной власти / Р. М. Блакар // *Язык и моделирование социального взаимодействия* / Сост. В. М. Сергеева, П. Б. Паршина; Общ. ред. В. В. Петрова. – М. : Прогресс, 1987. – С. 88 – 125.
15. Богуславская, В. В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов / В. В. Богуславская. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 280 с.
16. Болдырев, Н. Н. Когнитивная семантика: курс лекций по английской филологии / Н. Н. Болдырев. – Тамбов: Изд-во Тамбовского ун-та, 2000. – 123 с.
17. Бондарко, А. В. Лингвистика текста в системе функциональной грамматики / А. В. Бондарко // *Текст. Структура и семантика: материалы VIII*

Международной конференции. – М. : МГГУ им. М. А. Шолохова, 2001. – Т. 1. – С. 4 – 13.

18. Бондарко, А. В. Теория функциональной грамматики: Введение. Аспектуальность. Временная локализованность. Таксис / А. В. Бондарко. – Л. : Наука, 1987. – 348 с.

19. Борботько, В. Г. Принципы формирования дискурса: От психолингвистики к лингвосинергетике / В. Г. Борботько. – М. : КомКнига, 2006. – 288 с.

20. Варченко, В. В. Цитатная речь в медиа-тексте / В. В. Варченко. – М. : Издательство ЛКИ, 2007. – 240 с.

21. Васильева, А. Н. Газетно-публицистический стиль речи / А. Н. Васильева. – М. : Русский язык, 1982. – 197 с.

22. Виноградов, В. В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. / В. В. Виноградов. – М. : Изд-во АН СССР, 1963. – 256 с.

23. Володина, М. Н. СМИ как форма «общественного диалога» / М. Н. Володина // Язык современной публицистики: сб. статей / сост. Г. Я. Солганик. – М. : Флинта: Наука, 2007. – С. 31 – 43.

24. Володина, М. Н. Язык массовой коммуникации – особый язык социального взаимодействия / М. Н. Володина // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический проект; Альма Матер, 2008(а). – С. 27 – 47.

25. Володина, М. Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание / М. Н. Володина // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический проект; Альма Матер, 2008(б). – С. 6 – 24.

26. Выготский, Л. С. Мышление и речь / Л. С. Выготский. – 5-е изд., испр. – М. : Лабиринт, 1999. – 352 с.

27. Гальперин, И. Р. Информативность единиц языка. Учеб. пособие для вузов / И. Р. Гальперин. – М. : Высшая школа, 1974. – 175 с.

28. Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин / Отв. Ред. Г. В. Степанов. Изд. 7-е. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 144 с.
29. Гиндин, С. И. Текст / С. И. Гиндин // Литературный энциклопедический словарь / Под общ. ред. В. М. Кожевникова, П. А. Николаева. – М. : Советская энциклопедия, 1987. – С. 435 – 436.
30. Гончарова, Е. А. Стиль как антропоцентрическая категория / Е. А. Гончарова // *Studia Linguistica*: сб. ст. – Вып 8. - Слово, предложение и текст как интерпретирующие системы. - СПб. : Тригон, 1999. – С. 148 – 152.
31. Городецкий, Б. Ю. Компьютерная лингвистика: моделирование языкового общения / Б. Ю. Городецкий // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 14. Компьютерная лингвистика. Сборник: пер. с англ. / Сост., ред. и вступ. ст. Б. Ю. Городецкого. – М. : Прогресс, 1989. – С. 5 – 31.
32. Грайс, Г. П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 16. Лингвистическая прагматика. Сборник: пер. с разн. языков / Сост. и вступ. ст. Н. Д. Арутюновой, Е. В. Падучевой. – М. : Прогресс, 1985. – С. 217 – 237.
33. Григорьева, О. Н. Публицистический стиль в системе функциональных разновидностей языка / О. Н. Григорьева // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический проект; Альма Матер, 2008. – С. 355 – 365.
34. Дедова, О. В. Теория гипертекста и гипертекстовые практики в Рунете / О. В. Дедова. – М. : МАКС Пресс, 2008. – 284 с.
35. Дейк, Т. А. ван Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. Пер. с англ. / Т. А. ван Дейк – М. : Книжный дом «Либроком», 2013. – 344 с.
36. Дейк, Т. А. ван Язык и идеология: к вопросу о построении теории взаимодействия (пер. с англ. И. Ф. Ухвановой-Шмыговой) / Т. А. ван Дейк // Методология исследований политического дискурса: Актуальные проблемы

содержательного анализа общественно-политических текстов. Вып. 2. /Монография / Сост. и общ. ред. И. Ф. Ухванова–Шмыгова. – Минск: БГУ, 2000 – С. 50 – 64.

37. Дейк, Т. А. ван Стратегии понимания связного текста / Т. А. ван Дейк, В. Кинч // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 23. Когнитивные аспекты языка. – М. : Прогресс, 1988. – С. 153 – 211.

38. Дейк, Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.

39. Демьянков, В. З. Доминирующие лингвистические теории в конце XX века / В. З. Демьянков // Язык и наука конца 20 века. - М. : Институт языкознания РАН, 1995. – С. 239 – 320.

40. Демьянков, В. З. Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода / В. З. Демьянков // Вопросы языкознания. – 1994. – №4. – С. 17 – 31.

41. Демьянков, В. З. Термин *парадигма* в «родном» и «чужом» ареалах / В. З. Демьянков // Парадигмы научного знания в современной лингвистике: Сб. науч. трудов / РАН ИНИОН. Центр гуманитар. науч.-информ. исслед. Отд. языкознания; Редкол.: Кубрякова Е. С., Лузина Л. Г. и др. – М., 2008. – С. 15 – 39.

42. Демьянков, В. З. *Studia Linguistica Cognitiva* – призыв к сотрудничеству / В. З. Демьянков // *Studia Linguistica Cognitiva*. – Вып. 1. Язык и познание: Методологические проблемы и перспективы. – М. : Гнозис, 2006. – С. 5 – 7.

43. Денисова, И. Н. Инструменты российской публичной политики: взгляд прессы / И. Н. Денисова // Вестник Моск. ун-та. – Сер. 10. «Журналистика». – 2007. – №2. – С. 109 – 112.

44. Добросклонская, Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи) / Т. Г. Добросклонская. – М. : Едиториал УРСС, 2005. – 288 с.

45. 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 – 72.
46. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика. Системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь) / Т. Г, Добросклонская. – М. : ФЛИНТА: Наука, 2008. – 264 с.
47. Дридзе, Т. М. Смысловое восприятие речевого сообщения / Т. М. Дридзе. – М. : Наука, 1976. – 153 с.
48. Дроняева, Т. С. Информационный подстиль / Т. С. Дроняева // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический проект; Альма Матер, 2008. – С. 496 – 521.
49. Жинкин, Н. И. Речь как проводник информации / Н. И. Жинкин. – М. : Наука, 1982. – 157 с.
50. Залевская, А. А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст: Избранные труды / А. А. Залевская. – М. : Гнозис, 2005. – 543 с.
51. Засурский, Я. Н. Медиатекст в контексте конвергенции / Я. Н. Засурский // Язык современной публицистики: Сб. статей / Сост. Г. Я. Солганик. – 2 –е изд., испр. – М. : Флинта: Наука, 2007. – С. 7 – 12.
52. Звегинцев, В. А. Предложение и его отношение к языку / В. А. Звегинцев. – М. : Едиториал УРСС, 2001. – 312 с.
53. Земан, И. Познание и информация. Гносеологические проблемы кибернетики / И. Земан. – М. : Прогресс, 1966. – 254 с.
54. Землянова, Л. М. Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов / Л. М. Землянова. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004. – 416 с.

55. Зимняя, И. А. Лингвopsиxология речевой деятельности / И. А. Зимняя. – М. : Московский психологo-социальный институт, Воронеж : НПО «МОДЭК», 2001. – 432 с.
56. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 4-е, стереотипное / О. С. Иссерс. – М. : Комкнига, 2006. – 288 с.
57. Кайда, Л. Г. Позиция автора в публицистике. Стилистическая концепция / Л. Г. Кайда // Язык современной публицистики: сб. статей / сост. Г. Я. Солганик. – 2-е изд., испр. – М. : Флинта: Наука, 2007. – С. 58 – 66.
58. Какорина, Е. В. СМИ и Интернет-коммуникация (области пересечения и проблемы взаимодействия) / Е. В. Какорина // Язык современной публицистики: Сб. статей / сост. Г. Я. Солганик. – 2-е изд., испр. – М. : Флинта: Наука, 2007. – С. 67 – 98.
59. Калмыков, А. А. Интернет-журналистика: Учеб. пособие / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 383 с.
60. Карасик, В. И. О категориях дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты: сб. науч. тр. - Волгоград – Саратов : Перемена, 1998. – С. 185 – 197.
61. Карасик, В. И. О типах дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 5 – 20.
62. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2004. – 390 с.
63. Кашкин, В. Б. Введение в теорию коммуникации: Учеб. пособие / В. Б. Кашкин. – Воронеж : Изд-во ВГТУ, 2000. – 175 с.
64. Кибрик, А. Е. Когнитивные исследования по дискурсу / А. Е. Кибрик // Вопросы языкознания. – 1994. – № 5. – С. 126 – 139.
65. Кибрик, А. Е. Очерки по общим и прикладным вопросам языкознания: Универсальное, типовое и специфичное в языке. Изд. 3, стереотипное / А. Е. Кибрик. – М. : Едиториал УРСС, 2002. – 336 с.

66. Кибрик, А. А. Функционализм и дискурсивно ориентированные исследования / А. А. Кибрик, В. А. Плунгян // *Фундаментальные направления современной американской лингвистики. Сборник обзоров* / Под ред. А. А. Кибрика, И. М. Кобозевой, И. А. Секреиной. – М. : Изд-во МГУ, 1997. – С. 307 – 323.
67. Клушина, Н. И. Особенности публицистического стиля / Н. И. Клушина // *Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов* / Под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический проект; Альма Матер, 2008. – С. 479 – 495.
68. Кобозева, И. М. Лингвопрагматический аспект анализа языка СМИ / И. М. Кобозева // *Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов* / Под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический проект; Альма Матер, 2008. – С. 221 – 236.
69. Конурбаев, М. Э. Критерии выявления публицистических жанров / М. Э. Конурбаев // *Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов* / Под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический проект; Альма Матер, 2008. – С. 366 – 374.
70. Конурбаев, М. Э. Функция воздействия в художественной литературе и публицистике / М. Э. Конурбаев, Е. О. Менджерицкая // *Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей* / Отв. Ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М. : «Флинта», 1998. – С. 103 - 109.
71. Косова, И. О. Система текстов массовой информации / И. О. Косова // *Лингводидактические проблемы межкультурной коммуникации*. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2003. – С. 96 – 103.
72. Костомаров, В. Г. Русский язык на газетной полосе / В. Г. Костомаров. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1971. – 265 с.
73. Красных, В. В. Основы психолингвистики и теории коммуникации: Курс лекций / В. Во. Красных. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2001. – 270 с.

74. Красных, В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / В. В. Красных. - М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 375 с.
75. Красных, В. В. Этнопсихоллингвистика и линвокультурология: Курс лекций / В. В. Красных. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2002. – 284 с.
76. Кройчик, Л. Е. Система журналистских жанров / Л. Е. Кройчик // Основы творческой деятельности журналиста / Ред.-сост. С. Г. Корконосенко. – СПб. : Знание, СПБИНВЭСЭП, 2000. – С. 125 – 186.
77. Крысин, Л. П. Литературная норма и речевая практика газет / Л. П. Крысин // Язык современной публицистики: сб. статей / сост. Г. Я. Солганик. – 2-е изд., испр. – М. : Флинта: Наука, 2007. – С. 44 – 57.
78. Ксензенко, О. А. Mass Media Language: Учеб. пособие по языку современных англоязычных СМИ / О. А. Ксензенко, Е. О. Менджерицкая. – М. : Изд-во Моск. Ун-та, 2005. – 72 с.
79. Кубрякова, Е. С. Когнитивная парадигма научного знания и особенности когнитивного подхода к явлениям языка / Е. С. Кубрякова // Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Рос. Академия наук. Ин-т языкознания. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – С. 41 – 57.
80. Кубрякова, Е. С. Когнитивные аспекты словообразования и связанные с ним правила инференции (семантического вывода) / Е. С. Кубрякова // Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Рос. Академия наук. Ин-т языкознания. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – С. 405 – 416.
81. Кубрякова, Е. С. О тексте и критериях его определения / Е. С. Кубрякова // Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Рос. Академия наук. Ин-т языкознания. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – С. 505 – 518.
82. Кубрякова, Е. С. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности / Е. С. Кубрякова, Л. В. Цурикова // Язык средств

массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический проект; Альма Матер, 2008. – С. 183 – 209.

83. Кубрякова, Е. С. Виды пространств текста и дискурса / Е. С. Кубрякова, О. В. Александрова // Категоризация мира: пространством и время: Материалы научной конференции. – Москва, 1997. – С. 19 – 23.

84. Кубрякова, Е. С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа / Е. С. Кубрякова // Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональные и структурные аспекты: Сб. обзоров. – М. : ИНИОН РАН, 2000. – С. 7 – 25.

85. Кубрякова, Е. С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики / Е. С. Кубрякова // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. - №1. – С. 6 – 17.

86. Кубрякова, Е. С. Понятие «парадигма» в лингвистике: Введение / Е. С. Кубрякова // Парадигмы научного знания в современной лингвистике: Сб. науч. трудов / РАН ИНИОН. Центр гуманитар. науч.-информ. исслед. Отд. языкознания; Редкол.: Кубрякова Е. С., Лузина Л. Г. и др. – М., 2008. – С. 4 – 14.

87. Кубрякова, Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) // Язык и наука XX века: Сб. статей. – М. : Рос. гос. гуманитар. ун-т, 1995. – С. 144 – 238.

88. Кужелева-Саган, И. П. Ресурсы теории коммуникативного действия Ю. Хабермаса в понимании механизма сосуществования конкурирующих философских и научных парадигм / И. П. Кужелева-Саган, С. С. Носова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. – 2006. – Вып. № 8 (63). – С. 142 – 149.

89. Кузьмичева, И. В. Образ России в испанской публицистике / И. В. Кузьмичева // Языковая репрезентация образа России в публицистическом дискурсе стран Запада и Востока: монография / отв. ред. Э. Г. Меграбова. – Владивосток : Изд-во Дальневост. ун-та, 2009. – С. 225 – 242.

90. Кузнецов, Д. В. Роль современных коммуникаций в формировании массового сознания / Д. В. Кузнецов // *Философия и общество*. – 2004. – №3. – С. 92 – 104.
91. Левенкова, Е. Р. Конвергентные и дивергентные тенденции в политическом дискурсе Великобритании и США: Автореф. дис. ... докт. филол. Наук. – Самара, 2011. – 42 с.
92. Левинтова, Е. Н. Существующие и возможные герменевтические подходы к вопросу о жанре / Е. Н. Левинтова // *Общая стилистика и филологическая герменевтика*. – Тверь : Твер. гос. ун-т, 1991. – С. 32 – 47.
93. Леонтьев, А. А. Язык, речь, речевая деятельность / А. А. Леонтьев. – М. : Просвещение, 1969. – 214 с.
94. Леонтьев, А. А. Языковое сознание и образ мира / А. А. Леонтьев // *Язык и сознание: парадоксальная рациональность*. – М. : Институт языкознания, 1993. – С. 16 – 21.
95. Липгарт, А. А. К проблеме языковедческого описания публицистического функционального стиля / А. А. Липгарт // *Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М. Н. Володиной*. – М. : Академический проект; Альма Матер, 2008. – С. 349 – 354.
96. Лузина, Л. Г. О когнитивно-дискурсивной парадигме лингвистического знания / Л. Г. Лузина // *Парадигмы научного знания в современной лингвистике: Сб. науч. трудов / РАН ИНИОН. Центр гуманитар. науч.-информ. исслед. Отд. языкознания; Редкол.: Кубрякова Е. С., Лузина Л. Г. и др.* – М., 2008. – С. 40 – 48.
97. Лузина, Л. Г. Распределение информации в тексте: (Когнитивный и прагматический аспекты) / Л. Г. Лузина. – М. : ИНИОН РАН, 1996. – 139 с.
98. Лукина, М. М. СМИ в домене РУ: хроника, цифры, типы / М. М. Лукина // *Вестник Моск. ун-та*. – Сер. 10. «Журналистика». – 2001. – №6. – С. 63 – 73.

99. Лурия, А. Р. Язык и сознание / А. Р. Лурия. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1979. – 320 с.
100. Лысакова, И. П. Тип газеты и стиль публикации: Опыт социолингвистического исследования / И. П. Лысакова. – Л. : Изд-во Ленингр. ун-та, 1989. – 184 с.
101. Любимов, Б. И. Интернет в Великобритании / Б. И. Любимов // К мобильному обществу: утопии и реальность / Под ред. Я. Н. Засурского. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2009. – С. 215 – 225.
102. Ма, Т. Ю. Американская языковая личность в культурно-языковом пространстве США / Т. Ю. Ма. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 204 с.
103. Макаров, М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. - 280 с.
104. Манаенко, Г. Н. Специфика дискурса масс-медиа в современном информационном пространстве / Г. Н. Манаенко // Вестн. Моск. ун-та. – Сер. 10. «Журналистика». – 2005. – №1. – С. 87-96.
105. Маслова, В. А. Когнитивная лингвистика: Учебное пособие / В. А. Маслова. – Мн. : ТетраСистемс, 2004. – 256 с.
106. Меграбова, Э. Г. Образ России в дискурсе журнала Newsweek / Э. Г. Меграбова // Языковая репрезентация образа России в публицистическом дискурсе стран Запада и Востока: монография / Отв. ред. Э. Г. Меграбова. – Владивосток : Изд-во Дальневост. ун-та, 2009. – С. 7 – 46.
107. Менджерицкая, Е. О. Дискурс vs функциональный стиль: что есть язык СМИ / Е. О. Менджерицкая // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – Вып. 54: Сер. Филология и искусствоведение. - № 13. – С. 99 – 103.
108. Менджерицкая, Е. О. Когнитивно-дискурсивная парадигма в лингвистике и типология медиадискурса / Е. О. Менджерицкая // Язык и дискурс

средств массовой информации в XXI веке / Под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический Проект, 2011. – С. 72 – 79.

109. Менджерицкая, Е. О. Публицистика как тип дискурса / Е. О. Менджерицкая // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М. : Диалог-МГУ, 1999. – Вып.7. – С. 13 – 17.

110. Менджерицкая, Е. О. Термин «дискурс» и типология медиадискурса / Е. О. Менджерицкая // Вестник Моск. ун-та. – Сер. 10. «Журналистика». – 2006. – №2. – С. 50 – 55.

111. Милевская, Т. В. Связность как категория дискурса и текста (когнитивно-функциональный и коммуникативно-прагматический аспекты) / Т. В. Милевская. - Ростов-на-Дону : РГУ, 2003. – 336 с.

112. Мурзин, Л.Н. Текст и его восприятие / Л. Н. Мурзин, А. С. Штерн. – Свердловск : Изд-во Урал ун-та, 1991. – 171 с.

113. Мурот, В. П. Функциональный стиль / В. П. Мурот // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. – М. : Большая Российская энциклопедия, 1998.– С. 567 – 568.

114. Назарова, Т. Б. Английский язык делового общения: пособие по обучению чтению / Т. Б. Назарова, А. А. Левина. – М. : Высшая школа, 2006. – 135 с.

115. Назарова, Т. Б. Филология и семиотика. Современный английский язык: Учеб. пособие / Т. Б. Назарова. – М. : Высш. шк., 2003. – 191 с.

116. Негрышев, А. А. Новости в прессе: к моделированию макротекстовой структуры / А. А. Негрышев // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке / Под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический Проект, 2011. – С. 85 – 97.

117. Никитина, К. В. Политический дискурс СМИ и его особенности, создающие предпосылки для манипуляции общественным сознанием [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://www.bali.ostu.ru/umc/arhiv/2006/2/Nikitina.doc> (дата обращения: 17.01.2011).

118. Новиков, А. И. Семантика текста и ее формализация / А. И. Новиков. – М. : Наука, 1983. – 215 с.

119. Остин, Дж. Слово как действие / Дж. Остин // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 16. Лингвистическая прагматика. Сборник: пер. с разн. языков / Сост. и вступ. ст. Н. Д. Арутюновой, Е. В. Падучевой. – М. : Прогресс, 1985. – С. 22 – 129.

120. Попова, З. Д. Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – М. : АСТ: Восток – Запад, 2007. – 314 с.

121. Потапова, Р. К. Новые информационные технологии и лингвистика: учеб. пособие / Р. К. Потапова. – М. : УРСС, 2002. – 320 с.

122. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, 2001. – 656 с.

123. Реснянская, Л. Л. Общероссийские газетные издания / Л. Л. Реснянская // Вестник Моск. ун-та. – Сер. 10. «Журналистика». – 2000. – №4. – С. 3 – 14.

124. Робен, Р. Анализ дискурса на стыке лингвистики и гуманитарных наук: вечное недоразумение / Р. Робен // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса: Пер. с фр. И португ. / Общ. ред. и вступ. ст. П. Серрио; предисл. Ю. С. Степанова. – М. : ОАО ИГ «Прогресс», 1999. – С. 184 – 197.

125. Семенюк, Н. Н. Жанр текста как лингвистическая реальность / Н. Н. Семенюк, Н. С. Бабенко // Горизонты современной лингвистики: Традиции и новаторство. Сб. в честь Е. С. Кубряковой. – М. : Языки славянских культур, 2009. – С. 713 – 722.

126. Сергеев, В. М. Когнитивные методы в социальных исследованиях / В. М. Сергеев // Язык и моделирование социального взаимодействия / Сост.

В. М. Сергеева, П. Б. Паршина; Общ. ред. В. В. Петрова. – М. : Прогресс, 1987. – С. 3 – 21.

127. Серио, П. Анализ дискурса во Французской школе (Дискурс и интердискурс) / П. Серио // Семиотика: Антология / Сост. Ю. С. Степанов. – М. : Академический Проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – С. 549 – 562.

128. Серио, П. Как читают тексты во Франции / П. Серио // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса / Ред. П. Серио. – М. : ОАО ИГ «Прогресс», 1999. – С. 12 – 53.

129. Серль Дж. Р. Что такое речевой акт? / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 16. Лингвистическая прагматика. Сборник: пер. с разн. языков / Сост. и вступ. ст. Н. Д. Арутюновой, Е. В. Падучевой. – М. : Прогресс, 1985. – С. 151 – 169.

130. Слюсарева, Н. А. Гиперсинтаксический уровень языка и лингвистическое членение текста / Н. А. Слюсарева, Н. И. Теплицкая // Предложение и текст в семантическом аспекте / Ред. И. П. Сусов. – Калинин : Изд-во Калининского ун-та, 1978. - С. 91 – 104.

131. Сметанина, С. И. Медиа-текст в системе культуры (Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX в.): Научное издание / С. И. Сметанина.- СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002. – 383 с.

132. Соколов, А. В. Феномен информатики и псевдофеномен информации / А. В. Соколов // Вестник ВОИВТ. – 1990. -№3. – С. 45 – 51.

133. Солганик, Г. Я. К определению понятий «текст» и «медиа-текст» / Г. Я. Солганик // Вестник Моск. ун-та. – Сер. 10. «Журналистика». – 2005. – №2. – С. 7 – 15.

134. Солганик, Г. Я. Лексика газеты / Г. Я. Солганик. – М. : Высшая школа, 1981. – 111 с.

135. Солганик, Г. Я. О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ) / Г. Я. Солганик // Язык современной публицисти-

ки: сб. статей / сост. Г.Я. Солганик. – 2-е изд., испр. – М.: Флинта: Наука, 2007(а). – С. 13 – 30.

136. Солганик, Г. Я. Стилистика текста: учеб. Пособие / Г. Я. Солганик. – М. : Флинта: Наука, 2007(б). – 256 с.

137. Солганик, Г. Я. Стилистика публицистической речи / Г. Я. Солганик // Язык средств массовой информации: Учебное пособие по специализации. Часть 2. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004. – С. 268 – 284.

138. Степанов, Ю. С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности / Ю. С. Степанов // Язык и наука XX века: Сб. статей. – М. : Рос. гос. гуманит. ун-т, 1995.– С. 35 – 73.

139. Степанов, Ю. С. Стиль / Ю. С. Степанов // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – М. : Большая Российская энциклопедия, 1998.– С. 494 – 495.

140. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тертычный. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 320 с.

141. Тырыгина, В. А. Жанровая стратификация масс-медийного дискурса / В. А. Тырыгина / Отв. ред. Н. С. Бабенко. – М. : Книжный дом «Либроком», 2010. – 320 с.

142. Формановская, Н. И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход / Н. И. Формановская. – М. : Изд-во «Русский язык», 2002. – 216 с.

143. Фуко, М. Порядок дискурса / М. Фуко // Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. Работы разных лет. – М.: Касталь, 1996. – С. 47 – 96.

144. Цурикова, Л. В. Естественность дискурса как когнитивно-прагматический феномен / Л. В. Цурикова // С любовью к языку: Сб. науч. тр., посвящ. Е. С Кубряковой / Отв. ред. Виноградов В. А.. – М. – Воронеж: ИЯ РАН, Воронеж. гос. ун-т, 2002. – С. 419 – 429.

145. Цурикова, Л. В. Когнитивно-дискурсивная парадигма как новое направление описания и анализа речемыслительной деятельности / Л. В. Цурикова // Горизонты современной лингвистики: Традиции и новаторство: Сб. в честь Е. С. Кубряковой. – М. : Языки славянских культур, 2009. – С. 76 – 92.
146. Чейф, У. Л. Память и вербализация прошлого опыта / У. Л. Чейф // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 12. Прикладная лингвистика. – М. : Прогресс, 1983. – С. 35 – 73.
147. Чепкина, Э. В. Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995–2000): Автореф. дисс. ... д-ра филол. наук. – Екатеринбург, 2001. – 57 с.
148. Чернейко, Л. О. Гипертекст как лингвистическая модель художественного текста / Л. О. Чернейко // Структура и семантика художественного текста. Доклады VII Международной конференции. – М., 1999. – С. 446.
149. Чернейко, Л. О. Термин «дискурс»: поиски означаемого / Л. О. Чернейко // Вестник Моск. ун-та. – Сер. 10. «Журналистика». – 2006. - №2. – С. 34 – 41.
150. Чернышова, Т. В. Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. - Барнаул, 2005. – 36 с.
151. Чернявская, В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия: учебное пособие / В. Е. Чернявская. – М. : Флинта: Наука, 2006. – 136 с.
152. Чернявская, В. Е. Лингвистика текста. Лингвистика дискурса: учеб. пособие / В. Е. Чернявская. – М. : Флинта: Наука, 2013. – 208 с.
153. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2004. – 326 с.

154. Шерковин, Ю. А. Массовая коммуникация / Ю. А. Шерковин // Философский энциклопедический словарь. – М. : Советская энциклопедия, 1989. – С. 344.
155. Шкондин, М. В. СМИ как коммуникативная система / М. В. Шкондин // Вестн. Моск. ун-та. – Сер. 10. «Журналистика». – 2002. – №1. – С. 34 – 45.
156. Шмелев, Д. Н. Русский язык в его функциональных разновидностях / Д. Н. Шмелев. – М. : Наука, 1977. – 164 с.
157. Щерба, Л. В. Новая грамматика [Электронный ресурс] / Л. В. Щерба // Языковая система и речевая деятельность. – Л., 1974. – С. 74 – 77. Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics1/shcherba-74c.htm>. (Дата обращения: 10.11.2011).
158. Щипицина, Л. Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа / Л. Ю. Щипицина. – М. : КРАСАНД, 2010. – 196 с.
159. Юдина, Т. В. Универсальные и специфические характеристики Интернета как формы коммуникации / Т. В. Юдина // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М. Н. Володиной. – М. : Академический проект; Альма Матер, 2008(a). – С. 645 – 659.
160. Alleyene, M. D. News revolution: Political and economic decisions about global information / M. D. Alleyene. – New York: St. Martin's Press, 1997. – 211 p.
161. Brown G. Discourse Analysis / G. Brown, G. Yule. – China : Foreign Teaching and Research Press, Cambridge University Press. – 2001. – 288 p.
162. Dijk, T. A. van. Ideology and discourse. A multidisciplinary approach / T. A. van Dijk, 2004. – 118 p.
163. Dijk, T. A. van. Introduction: The Role of Discourse Analysis in Society / T. A. van Dijk // Handbook of Discourse Analysis. Vol. 4. Discourse Analysis in Society. London : Academic Press, 1985. – pp. 1 – 8.

164. Dijk T. A. van. *Strategies of Discourse Comprehension* / T. A. van Dijk, W. Kintsch. – London, New York : Academic Press, 1983. – 423 p.
165. Dijk, T. A. van. *Text and Context, Explorations in the Semantics and Pragmatics of Discourse* / T. A. van Dijk. – London and New York : Longman, 1982. – 261 p.
166. *Discourse* // Англо-русский словарь по лингвистике и семиотике. Около 9000 терминов. Изд-е 2-е, испр. и доп. / А. Н. Баранов, Д. О. Добровольский, М. Н. Михайлов, П. Б. Паршин, О. И. Романова; Под ред. А. Н. Баранова и Д. О. Добровольского. – М. : Институт русского языка им. В. В. Виноградова РАН, 2003. – С. 111.
167. Eldridge, J. *The mass media and power in modern Britain* / J. Eldridge, J. Kitzinger, K. Williams. – Oxford : Oxford university press, 1997. – 199 p.
168. Fairclough, N. *Analysing discourse. Textual analysis for social research* / N. Fairclough. – London : Routledge, 2003. – 270 p.
169. Fowler, R. *Language in the news: Discourse and ideology in the press* / R. Fowler. – London, New York : Routledge, 1991. – 254 p.
170. McKeown, K.R. *Discourse strategies for generating natural-language text* / K. R. McKeown. – Cambridge : Cambridge University Press, 1985. – 41 p.
171. Merriam-Webster's Online Dictionary. – Merriam-Webster Inc. [Electronic resource] – Режим доступа: <http://www.merriam-webster.com>. (Дата обращения: 15.11.2012).
172. Negrine, R. M. *Politics and the mass media in Britain* / R. M. Negrine. – London : Routledge, 1994. – 235 p.
173. Shiffrin, D. *Approaches to Discourse* D. Shiffrin. - Oxford, Cambridge, Mass., 1994. – 470 p.
174. Stubbs, M. *Discourse Analysis: The Sociolinguistic Analysis of Natural Language* / M. Stubbs. – Oxford, 1983.

175. Tuchman, G. Making News: A Study in the Construction of the Reality / G. Tuchman. – New York : The Free Press; London: Collier Macmillan, 1978. – 244 p.

176. Quintana, Y. News on the Internet: Technologies and Trends. [Электронный ресурс] / Y. Quintana // On the Internet. – USA : University of Western Ontario, 1997. – January/February. – Режим доступа: <http://www.isoc.org/oti/articles/0197/quintana.html>. (Дата обращения 10.11.09).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СОКРАЩЕНИЙ

ИКМ – информационная картина мира

МКМ – медийная картина мира

СМИ – средства массовой информации

СНТ – сетевой новостной текст

ЯКМ – языковая картина мира

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Baldwin, T. Yes, Prime Minister: the culture of fear at No 10 / T. Baldwin // The Times [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.thetimes.co.uk>. (Дата обращения: 15.02.2012).
2. Ball, J. MPs back referendum on voting system reform / J. Ball // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 20.04.2012).
3. Ball, J. The cross-party motion signed by four Tory MPs / J. Ball // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 16.03.2012).
4. Black I. British court issued Gaza arrest warrant for former Israeli minister Tzipi Livni / I. Black, I. Cobain // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 11.01.2010).
5. Beckford, M. Barack Obama to pursue health care compromise in live televised debate / M. Beckford // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 24.02.2012).
6. Bignon, M. Alastair Campbell is grilled at the Iraq Inquiry / M. Bignon // The Times [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.thetimes.co.uk>. (Дата обращения: 11.01.2013).
7. Bignon, M. Top Lib Dems open rift over coalition / M. Bignon // The Times [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.thetimes.co.uk>. (Дата обращения: 16.02.2012).
8. Boone, J. Taliban militants attack Afghan capital / J. Boone, J. Borger, P. Walker // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 18.01.2010).

9. Chulov, M. Candidates ban threatens Iraq vote / M. Chulov // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 16.01.2010).
10. Chulov, M. Libya: Fierce day of raids and clashes signals shift towards civil war / M. Chulov, P. Beaumont, S. Tisdall // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 16.03.2012).
11. Chulov, M. Sunni candidates ban threatens Iraq election / M. Chulov // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 15.01.2010).
12. Coates, S. David Cameron calls for immigration curbs to keep population below 70 million / S. Coates // The Times [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.timesonline.co.uk>. (Дата обращения: 20.01.2010).
13. Cobain, I. Britain 'complicit in mistreatment and possible torture' says UN / I. Cobain // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 18.03.2011).
14. Elliott, F. Davos 2010: Barclays' Bob Diamond attacks Obama's banking plans / F. Elliott // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 27.01.2010).
15. Elliott, F. MP used daughter in expenses scam / F. Elliott // The Sunday Times [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.timesonline.co.uk>. (Дата обращения: 24.01.2010).
16. Elliott, F. On borrowed time: shock deficit threatens UK recovery / F. Elliott, G. Gilmore // The Times [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.timesonline.co.uk>. (Дата обращения: 19.02.2010).
17. Elliott, F. Tony Blair gave secret promise to George Bush over Iraq invasion / F. Elliott // The Times [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.timesonline.co.uk>. (Дата обращения: 14.02.2010).

18. Gardham, D. Barack Obama statue removed from Jakarta park after protests / D. Gardham // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 15.02.2013).
19. Gentleman, A. Children of the UK wealth divide: how a six-year-old deals with poverty / A. Gentleman // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 29.01.2010).
20. Gibb, F. Media watchdog needs 'radical shake-up' but should not be abolished, MPs argue / F. Gibb // The Times [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.thetimes.co.uk>. (Дата обращения: 17.02.2013).
21. Goldenberg, S. Obama faces emissions U-turn with new Congress challenge / S. Goldenberg // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 19.01.2010).
22. Goldenberg, S. Republicans attack Obama's environmental protection from all sides / S. Goldenberg // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 04.03.2011).
23. Grimston, J. Cameron attacked over counter-terror cutbacks / J. Grimston // The Times [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.thetimes.co.uk>. (Дата обращения: 21.01.2012).
24. Grimston, J. Tory MPs concerned about healthcare / J. Grimston // The Times [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.thetimes.co.uk>. (Дата обращения: 16.01.2012).
25. Harding, L. Chechen separatist leader Akhmed Zakayev arrested in Poland / L. Harding // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 17.09.2010).
26. Helm, T. Councils plan for exodus of poor families from London / T. Helm, A. Asthana // The Observer [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 24.10.2010).

27. Helm, T. Disillusioned Jack Straw plotted against Gordon Brown in bid to take over No 10 / T. Helm // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 21.02.2011).
28. Helm, T. Disillusioned Jack Straw launched coup plot against Brown with key Labour allies / T. Helm // The Observer. – 2011. – № 86 – P. 5.
29. Helm, T. Gordon Brown: All cancer patients to get home care / T. Helm // The Observer [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 07.02.2010).
30. Helm, T. PM: cancer patients to get home care / T. Helm // The Observer. – 2010. - №49. – P. 5.
31. Helm, T. Gordon Brown's right-hand Whitehall mandarin to be kept on by Tories / T. Helm // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 24.01.2010).
32. Helm, T. Lib Dems rule out coalition government / T. Helm // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 17.04.2012).
33. Helm, T. Local government association to rule out coalition / T. Helm // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 20.09.2012).
34. Helm, T. PM 'stuck in the past' over mansion tax, says Nick Clegg / T. Helm, J. Moulds // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.theguardian.com>. (Дата обращения: 23.02.2013).
35. Hennessy, P. Blair the 'back seat driver' tells Ed Miliband to up his game / P. Hennessy // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 06.03.2011).
36. Hennessy, P. Britain at risk of worse deficit crisis than Greece / P. Hennessy // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 13.01.2012).

37. Hennessy, P. Britain faces new isolation threat from eurozone 'caucus' / P. Hennessy // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 05.11.2011).
38. Hennessy, P. Britain to be marooned in EU voting minority / P. Hennessy // The Sunday Telegraph. – 06.11.2011. – P. 4.
39. Hennessy, P. Cabinet fears over Andrew's trade role / P. Hennessy // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 05.03.2011).
40. Hennessy, P. Cabinet fears over Prince Andrew's trade role / P. Hennessy // The Sunday Telegraph. – 05.03.2011. – P. 14.
41. Hennessy, P. Coalition move to allow gay 'marriages' in church / P. Hennessy // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 05.03.2011).
42. Hennessy, P. David Cameron criticised over John Bercow dwarf joke / P. Hennessy // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 25.11.2010).
43. Hennessy, P. End of 'golden pensions' / P. Hennessy // The Sunday Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 05.03.2011).
44. Hennessy, P. Missing my mojo? Of course not / P. Hennessy // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 13.03.2011).
45. Hennessy, P. Missing my mojo? Of course not / P. Hennessy // The Sunday Telegraph. – 13.03.2011. – P. 1.
46. Hennessy, P. Nick Clegg: no more Government business please after 3pm / P. Hennessy // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 30.01.2011).

47. Hennessy, P. Prince determined to tackle Australian republicanism / P. Hennessy // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 19.01.2013).
48. Hennessy, P. Public sector staff to lose gold-plated pensions under Lord Hutton reform / P. Hennessy // The Sunday Telegraph. – 05.03.2011. – P. 1.
49. Hennessy, P. Same-sex church weddings / P. Hennessy // The Sunday Telegraph. – 05.03.2011. – P 1.
50. Hennessy, P. William Hague: 'I am staying, get used to it' / P. Hennessy // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 12.03.2011).
51. Hooper, J. Silvio Berlusconi attack stirs up Italy / J. Hooper // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 11.01.2010).
52. Irvine, C. Lib Dems have 'shopping list' of demands for next government / C. Irvine // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 15.02.2010).
53. Irvine, C. One in three students 'cannot name Labour leader' / C. Irvine // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 17.02.2010).
54. Jagger, S. Government accused of drawing up secret hit list of embassies to close / S. Jagger // The Times [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.thetimes.co.uk>. (Дата обращения: 10.02.2012).
55. Jagger, S. North Korea to free 'repentant' US missionary / S. Jagger // The Times [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.thetimes.co.uk>. (Дата обращения: 05.02.2012).
56. Jamieson, A. 'Airbrushed' David Cameron made to look like Elvis on billboard / A. Jamieson // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 21.01.2010).

57. Johnson, S. Sex scandal MP Nigel Griffiths to stand down / S. Johnson // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 01.02.2010).
58. Johnson, S. Tories accuse Alex Salmond of being 'Pinocchio of Scottish politics' over EU / S. Johnson // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 13.12.2013).
59. Kirkup, J. David Cameron: we will make teaching 'a noble profession' again / J. Kirkup // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 17.01.2010).
60. Kirkup, J. Gordon Brown says Tories 'out of touch with middle-class families' / J. Kirkup, A. Porter // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 20.01.2010).
61. Kirkup, J. Pensioners face 'pay as you die' council tax, Tories claim / J. Kirkup // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 21.02.2010).
62. Laing, A. Haiti earthquake: law and order breaks down / A. Laing, T. Leonard // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 14.01.2010).
63. Lawrence, F. British supermarkets at root of vegetable supply problem / F. Lawrence // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 15.01.2010).
64. Lefort, R. Obama to freeze spending for three years / R. Lefort // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 26.01.2013).
65. McDonald, H. DUP leader Peter Robinson steps aside / H. McDonald // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 11.01.2010).

66. McDonald, H. Ulster parties given 48 hours / H. McDonald // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 27.01.2010).
67. Mason, R. Nick Clegg frustrated by Tories' attitude to drug laws / R. Mason // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.theguardian.com>. (Дата обращения: 10.10.2013).
68. Mendick, R. MPs' expenses: Bernard Jenkin has repayment halved / R. Mendick // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 30.01.2010).
69. Mulholland H. Boris Johnson acts to boost London's recycle rates / H. Mulholland // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 18.01.2010).
70. Mulholland, H. Boris Johnson blames Margaret Thatcher for roadworks 'disgrace' / H. Mulholland // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 11.01.2010).
71. Newell, C. MP used daughter in expenses scam / C. Newell, J. Calvert, S. Krause // The Sunday Times. – 2010. - №50. – С. 4.
72. Norfolk, A. FA must do more to tackle homophobia, says gay Tory / A. Norfolk // The Times [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.thetimes.co.uk>. (Дата обращения: 12.02.2012).
73. Norton-Taylor, R. UK military chiefs clash over future defence strategy / R. Norton-Taylor // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 18.01.2010).
74. Norton-Taylor, R. UK plans 'trust fund' to woo Taliban fighters / R. Norton-Taylor // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 14.01.2010).

75. Osborne, P. Brown: show 'mercy' to householders who fight back / P. Osborne // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 19.01.2010).
76. Osborne, P. Snow warning as Government holds salt summit / P. Osborne // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 12.01.2010).
77. Osborne, P. Tim Farron becomes the Lib Dems' new poster-boy / P. Osborne // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 13.03.2011).
78. Prince, R. David Cameron: family matters to children more than income / R. Prince // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 11.01.2010).
79. Prince, R. Sally Bercow: I will sleep in tent in Parliament Square / R. Prince // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 02.03.2010).
80. Rayner, G. Lord Goldsmith tells Iraq Inquiry why he gave 'green light' for war / G. Rayner // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 27.01.2010).
81. Roberts, L. Gordon Brown: Afghan handover by end of the year / L. Roberts // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 28.01.2010).
82. Roberts, L. Taliban launch gun and bomb attacks on Kabul / L. Roberts // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 18.01.2010).
83. Samuel, H. Breaking: Clinton launches attack on China over cyberspying / H. Samuel // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 21.01.2012).

84. Samuel, H. Coalition may put clocks forward two hours / H. Samuel // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 16.01.2012).
85. Sherwin, A. Work until 80 under plan to abolish retirement / A. Sherwin // The Times [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.thetimes.co.uk>. (Дата обращения: 11.01.2013).
86. Spillius, A. Mike Huckabee criticises Natalie Portman for 'glamorising' single motherhood / A. Spillius // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 04.03.2011).
87. Starkey, J. Exclusive: Nato admits deaths of 8 boys were a mistake / J. Starkey // The Times [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.thetimes.co.uk>. (Дата обращения: 17.02.2013).
88. Steele, J. Iraq war logs: British blunder may have let al-Qaida kingpin Zarqawi go free / J. Steele // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 23.10.2010).
89. Stratton, A. Liberal Democrat rebels to challenge Clegg over 'damaging' NHS reforms / A. Stratton // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 04.03.2011).
90. Townsend, M. Iraq war was illegal, top lawyer will tell Chilcot inquiry / M. Townsend, T. Helm, R. Syal // The Observer [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 24.01.2010).
91. Townsend, M. Tory plan for mixed-race adoptions challenged / M. Townsend // The Observer [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.theguardian.com>. (Дата обращения: 03.02.2013).
92. Walker, P. David Cameron tells Tory peer Howard Flight to apologise over poor people 'breeding' comments / P. Walker // The Guardian [Электронный

ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 25.10.2010).

93. Walsh, D. Nato rockets kill 12 Afghan civilians / D. Walsh, S. Bates // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 14.02.2012).

94. Watt, N. Coalition split over £63 bn AstraZeneca bid by US rival Pfizer / N. Watt, K. Alen // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.theguardian.com>. (Дата обращения: 03.05.2014).

95. Webster, P. The £100bn schools scandal / P. Webster // The Times [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.thetimes.co.uk>. (Дата обращения: 24.01.2013).

96. Webster, P. On borrowed time: shock deficit threatens UK recovery / P. Webster // The Times [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.thetimes.co.uk>. (Дата обращения: 17.02.2013).

97. Winnett, R. MPs' expenses: Gordon Brown may ban MPs if they fail to pay back money / R. Winnett, J. Swaine // The Telegraph [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>. (Дата обращения: 13.02.2011).

98. Wintour, P. Barclays chief attacks Obama plan / P. Wintour // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 27.01.2012).

99. Wintour, P. Conservative MPs sign motion critical of NHS bill / P. Wintour // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 14.03.2012).

100. Wintour, P. Davos: Cameron suggests immediate Tory spending cuts would be modest / P. Wintour // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 27.01.2012).

101. Wintour, P. Gordon Brown hit by fresh bullying allegations / P. Wintour // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 21.02.2010).
102. Wintour, P. Gordon Brown: Middle class to be our election battleground / P. Wintour // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 15.01.2010).
103. Wintour, P. Government to cut health and safety inspections by a third / P. Wintour // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 21.03.2011).
104. Wintour, P. LibDems not to support Tory motion / P. Wintour // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 16.03.2012).
105. Wintour, P. MPs back referendum on voting system reform / P. Wintour // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 16.03.2011).
106. Wintour, P. Righteous, responsible but no regrets: Tony Blair's day in the dock / P. Wintour, R. Norton-Taylor // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 29.01.2010).
107. Wintour, P. Tories criticised over gay rights / P. Wintour // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 16.01.2011).
108. Wintour, P. Tory 'death tax' poster condemned / P. Wintour // The Guardian [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>. (Дата обращения: 12.02.2010).