

## **ИНФОРМАЦИОННЫЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ МЕДИАТЕКСТЫ И ИХ ЛИНГВО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ**

*Гаража А.С.*

*Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет», г. Минск, Республика Беларусь*

В межкультурной коммуникации изучение масс-медиа является весьма релевантным вопросом. Все ключевые для общества процессы, первым делом отражаются в СМИ, поэтому изучение этого источника информации позволяет сформировать понятие о сложившейся картине мира. Единицей этого разнообразия информации (медиапотока) является медиатекст, изучению которого посвящена данная статья. В сложившейся языковой картине мира особое место отводится английскому языку, а одной из составляющих глобальной коммуникации стали публицистические тексты. Такие известные медиаресурсы, как телеканалы BBC World, Euronews,

---

---

National Geographic, Discovery Channel, CNN, и Sky News завоевывают доверие и приверженность все большего круга телезрителей по всему миру. Именно поэтому изучение информационных англоязычных медиатекстов является актуальным.

Цель статьи: исследовать понятия «медиатекст» как таковой, сделав уклон на особенности информационного медиатекста, исследовать информационный англоязычный медиатекст и рассмотреть его лингво-стилистические особенности на примере медиа-контента газет и подкастов.

**Материал и методы.** В ходе работы были использованы следующие материалы: 1) работы известных ученых в области медиалингвистики, журналистики, языкознания и стилистики английского языка, научные статьи по тематике и смежным с выбранной темой вопросам; 2) газетные сообщения, статьи и заголовки, репортажи популярных англоязычных изданий. Методы исследования: анализ литературы, лингвистический анализ медиатекста, метод критической лингвистики и лингво-культурологического анализа.

**Результаты и их обсуждение.** В статье представлен генезис лингво-стилистических знаний о медиатексте и особенностях англоязычного информационного медиатекста в частности. Показаны особенности на примерах из статей.

**Заключение.** Основное свойство стилевой специфики масс-медиа - органическое слияние книжности и разговорности. Для языка англоязычных информационных медиатекстов характерно широкое использование сокращений, некоторых средств выразительности, глагольных словосочетаний, пассивных конструкций, ссылок на источник и цитат, атрибутивных групп, безличных конструкций, клише, аббревиатур и сокращений, интернациональных слов и неологизмов, опущение вспомогательных глаголов в заголовках и др.

**Ключевые слова:** медиатекст, информационное пространство, стилистико-лингвистические особенности медиатекстов, информационный (новостной) медиатекст, функциональный стиль

## INFORMATIONAL ENGLISH MEDIA TEXT AND ITS LINGUISTIC AND STYLISTIC PECULARITIES

*Garazha A.S.*

*Education establishment «Belarus State Economic University»,  
Minsk, Republic of Belarus*

In field of intercultural communication media is a very relevant question. All key processes for society are at first recognized in the media, so the study of this source of information allows to create the concept of the current picture of the world. The unit of this diversity of information (media flow) is a media text, which is devoted to the study of this article. In the current language picture of the world special emphasis is put on the English language, and one of the components of the global communications has become journalistic texts. Such well-known media sources like BBC World, Euronews, National Geographic, Discovery Channel, CNN, Sky News TV channels gain the trust and commitment of a growing circle of viewers worldwide. That is why the study of English-language media texts is relevant.

The purpose of Article: exploring the concept of "media" as such, making particular emphasis on the news media text, the English-language media text information to explore and consider its linguistic and stylistic features of the example of the media content of newspapers and podcasts.

**Material and methods** 1) The work of renowned scientists in the field of media linguistics, journalism, linguistics and stylistics of English, scientific articles on the subject and related issues with the chosen theme; 2) press releases, articles and headlines, video popular English-language publications. Methods: analysis of the literature, linguistic analysis of media texts, the method of critical linguistics and linguistic-cultural analysis.

**Findings and their discussion.** The article presents the genesis of linguistic and stylistic knowledge of the media and the peculiarities of the English-language news media text in particular. The features of the examples of the articles are given.

**Conclusion.** The main feature of the stylistic specifics of media is an organic merging of bookishness and colloquialism. English language news media texts are characterized by the widespread use

---

---

of abbreviations, means of expression, verb phrases, passive constructions, and references to the source citations, attribute groups, impersonal constructions, clichés, acronyms and abbreviations, international words and neologisms, the omission of auxiliary verbs in headlines and others.

**Key words.** Mediatext, information space, stylistic and linguistic features of media texts, information (news) media text, functional style.

С точки зрения межкультурной коммуникации изучение масс-медиа является весьма релевантным вопросом. Все ключевые для общества процессы, злободневные проблемы первым делом отражаются в СМИ, именно поэтому изучение этого источника информации позволяет сформировать понятие о сложившейся картине мира, помогая проанализировать процессы и тенденции, сложившиеся в ней. Все это разнообразие информации можно представить в виде «медиапотока», единицей которого является медиатекст, изучению которого и посвящена данная научная работа. В сложившейся языковой картине мира особое место отводится английскому языку, поскольку не осталось такой сферы жизни современного общества, в которую он бы не проник и не оставил свой след, на которую он прямо или косвенно оказывал влияние. Английский язык – *lingua franca* - используется как средство межкультурного общения в определённой сфере деятельности, давно ставший языком дипломатических отношений и межкультурной коммуникации, туризма, науки, экономики, медицины, журналистики, инженерии, информационных и nano-технологий и т.д. В свою очередь все эти сферы человеческой деятельности отражаются в СМИ. Одной из составляющих глобальной коммуникации стали публицистические тексты. А такие известные медиаресурсы, как телеканалы BBC World, Euronews, National Geographic, Discovery Channel, CNN, и Sky News завоевывают доверие и приверженность все большего круга телезрителей по всему миру, желающих получить доступ к достоверной информации, качественному, релевантному и проверенному контенту. Именно поэтому изучение информационных англоязычных медиатекстов является актуальным.

Цель данной работы заключилась в исследовании понятия «медиатекст» как такового, обратив особое внимание на особенности информационного медиатекста, на основе полученных знаний исследовать информационный англоязычный медиатекст и рассмотреть его лингво-стилистические особенности на примере медиа-контента газет и подкастов.

**Материал и методы.** 1) в теоретической части - работы известных ученых в области медиалингвистики, журналистики, языкознания и стилистики английского языка (Добросклонской, Т.Г., Гальперина, И.Р., Кузьминой, Н.А., Арнольд, И.В., Бриггс, А. и Кобли, П.), научные статьи по тематике и смежным с выбранной темой вопросам; 2) в практической части - газетные сообщения, статьи и заголовки, репортажи популярных англоязычных изданий: The Economist, The Sunday Times, Bloomberg Businessweek, BBC News, Sky News, подкасты радиоканала BBC Radio 4.

Методами исследования, использованными в работе явились анализ литературы, лингвистический анализ медиатекста, метод критической лингвистики и лингвокультурологического анализа.

**Результаты и их обсуждение.** В ходе теоретической исследовательской части были выяснены следующие ключевые моменты: Медиатекст – это сообщение, изложенное в любом виде и жанре медиа [1] (газетная статья, телепередача, видеоклип, фильм и проч.), которое бывает новостным (информационным), информационно-аналитическим, features (публицистическим), рекламным. Новостной (информационный) медиатекст сочетает в себе стилевые характеристики официально-делового и публицистического функциональных стилей языка. Как правило, основной функцией информационного медиатекста является сообщение новой, значимой информации, то есть отразить в своем содержании какую-то новость, проинформировать адресата сообщения. Новость – это текст, «наиболее полно реализующий одну из главных функций

---

---

массовой коммуникации – информативную» [2]. Из этого следует, что информационный текст также можно называть новостным. Качественная новость, а следовательно и информационный медиатекст должен сочетать в себе следующие качества: лаконичность, технологичность, оперативность, понятность, новизна, актуальность, значимость, содержательность, достоверность, объективность, интересность и человечность.

С лингвистической точки зрения для информационных медиатекстов характерно широкое использование глагольных и свободных словосочетаний; пассивных конструкций; ссылок на источник и цитат; атрибутивных групп; безличных конструкций; клише; аббревиатур и сокращений; интернациональных слов и неологизмов; опущение «отягощающих» конструкций в заголовках, бегущей строке и кратких сообщениях.

Далее полученные сведения были подтверждены практическим исследованием особенностей языка англоязычной информационной сферы. Были рассмотрены краткие сообщения и выдержки из англоязычных медиа, которые успешно проиллюстрировали лингво-стилистические особенности, описанные в теоретической части. Наряду с клишированностью, использованием аббревиатур, ссылок и цитат, имеет место также и окращенность статьи в силу тематики (профессиональная лексика, неологизмы), зарегистрированы некоторые художественные приемы (напр. аллюзия и метафора).

Опущения вспомогательных глаголов используются в кратких информационных сообщениях и бегущей строке, например «Android app caught sharing ID data» (BBC News 06.12.13) Полная версия этого предложения, возможно, звучала бы иначе и "загромождала" бы лишней информацией, например: Android apps have been caught sharing ID data of thier users. Убрав «лишнее» была достигнута ёмкость и лаконичность высказывания, заголовок или сообщение бросается в глаза.

Обилие сокращений и аббревиатур является характерной чертой медиастилия современного английского языка. Такие слова, как UN, EU, IMF, NATO, NASA, IBRD, WTO, UNESCO, EVS, DNA, HIV, AIDS, NSA, GDP, FED, MP, MEP, , WHO, CFTC, ACA можно часто встретить на полосах газет, услышать по радио и т.д.

*Заголовок "Every step you take".* Google Glass, ubiquitous cameras and the threat to privacy (The Economist. November 16-22 2013). - яркий пример *аллюзии*. Использование строчки из известной песни, демонстрирует, как издатели воздействуют на читателя на подсознательном, ассоциативном уровне.

Пример употребления пассивной конструкции *were left, were "bricked"* (BBC News 06.12.13). *S3 owners* – владельцы смартфона *Samsung Galaxy S3* => пример опущения в медиаречи лишних слов, которые и так понятны современному читателю и уже подразумеваются под S3. Глагол *to brick* здесь использован как метафора.

**Заключение.** Анализ теоретических источников показал, что в лингвистических исследованиях формируется новый подход, согласно которому язык массовых коммуникаций, во всем объеме, образует самостоятельное стилистическое явление. Основным свойством стилевой специфики масс-медиа называют органическое слияние книжности и разговорности. Анализ практического материала показал, что для языка англоязычных информационных медиатекстов характерно широкое использование сокращений, некоторых средств выразительности, глагольных словосочетаний, пассивных конструкций, ссылок на источник и цитат, атрибутивных групп, безличных конструкций, клише, аббревиатур и сокращений, интернациональных слов и неологизмов, опущение вспомогательных глаголов в заголовках и др. Масс-медийный язык обогащает и обновляет язык социума, расширяет лексикон, насыщает речь оценочными оборотами. В настоящее время трудно дать однозначный ответ на вопрос о том, займет ли масс-медийный язык самостоятельное место в ряду функциональных стилей. С уверенностью можно лишь сказать, что публицистический стиль выступает доминантой языка СМИ в его устной и письменной формах.

---

---

### Литература

1. Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности URL: <http://narod.ru/text23/0013.htm> <http://study-english.info/media-competence.php#ixzz2n4NcQIW9>
2. Добросклонская, Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской медиаречи. Изд. 2-е, стереотипное. — М.: Едиториал УРСС, 2005. — 288 с
3. Добросклонская, Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ М.: Флинта: Наука, 2008. — 264 с.
4. Арнольд, И.В. Стилистика современного английского языка. М.:Флинта Издательство, 2002. – 384 с.
5. Кузьмина, Н.А. Современный медиатекст: учебное пособие. М.: Флинта: Наука, 2013. 414 с.
6. Гальперин, А.И. Очерки по стилистике английского языка. Изд. Литературы на иностранных языках. Москва 1958. – 458 с.
7. Гальперин,И.Р. Стилистика английского языка (Stylistics). - М.: Высшая школа, 1981.