

УДК 811.111

DOI: 10.18384/2310-712X-2019-5-17-28

ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКОВОЙ РЕАЛИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ МЕДИАТЕКСТОВ (НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ НОВОСТНЫХ ВЫПУСКОВ БИ-БИ-СИ)

Василенко Т. С., Шеваршинова Е. И.

*Калужский государственный университет имени К. Э. Циолковского
248023, г. Калуга, ул. Степана Разина, д. 26, Российская Федерация*

Аннотация. Целью данной работы является рассмотрение языковых особенностей такой разновидности информационных медиатекстов, как телевизионные тексты. Автором отмечается, что наряду с информативной функцией медиатексты выполняют функцию воздействия, а именно манипулируют сознанием аудитории. В статье представлено понятие телевизионного медиатекста и описан его специфический характер по сравнению с прочими разновидностями медиатекстов. В качестве материала для анализа автором выбраны информационные медиа тексты Би-би-си. Приведён ряд примеров из новостных медиатекстов и проведён их детальный анализ. Автором отмечается, что наряду со структурными особенностями и подбором материала большую роль в оказании воздействия играют языковые средства – лексические, синтаксические и просодические. В конце статьи автор делает вывод, что, учитывая специфику информационных медиатекстов, основную роль в реализации функций сообщения и воздействия играют языковые средства.

Ключевые слова: медиатекст, информационный медиатекст, информационная функция, манипуляция, прагматическое воздействие, лингвистические средства, просодия

SPECIFIC FEATURES OF LINGUISTIC REALIZATION OF INFORMATIONAL MEDIA TEXTS (STUDY OF BBC TELEVISION NEWS PROGRAMMES)

T. Vasilenko, E. Shevarshinova

*Kaluga State University named after K. E. Tsiolkovski
26 ulitsa Stepana Razina, Kaluga 248023, Russian Federation*

Abstract. The purpose of the work is the analysis of linguistic features of television informational media texts. The author points out that alongside the informational function media texts carry out the pragmatic function, namely, they manipulate the public opinion. Besides, there is a definition of the media text and some considerations concerning its specific features as compared to other types of media texts, i.e., wide audience, video image, etc. British Broadcasting Corporation media texts have been chosen by the author as the object of analysis. A number of examples from recent BBC media texts are given and their analysis is conducted. The author states that alongside the text structure and the choice of material itself much attention should be paid to linguistic means: lexical, syntactical and prosodic. The author draws a conclusion that taking into consideration the specific features of media texts, linguistic means play the leading role in fulfilling the informational and pragmatic functions.

Keywords: media text, informational media text, informational function, manipulation, pragmatic influence, linguistic means, prosody

В связи с большим количеством происходящих в мире событий, а также повышением уровня информатизации средства массовой коммуникации занимают весьма важное место в жизни общества. Согласно мнению большинства исследователей средств массовой коммуникации, основной задачей СМИ является удовлетворение информационных потребностей аудитории, а именно её информирование о происходящих событиях, т. е. объективное представление событий. В данном случае под объективностью мы понимаем попытку эмоционально преподать не окрашенную новость, т. е. отделить факт от мнения [25]. Таким образом, объективность главным образом подразумевает реализацию функции сообщения при отсутствии любой степени оценочности и эмоциональности. Однако в настоящее время многие исследователи всё чаще говорят о прагматическом воздействии СМИ, т. е. их манипулятивном характере [1, 2, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 15, 16, 18, 22, 23]. Вслед за Г. В. Грачевым и И. К. Мельником под манипуляцией следует понимать «процесс использования различных средств для изменения поведения человека или его целей, намерений и установок в интересах субъекта воздействия» [6]. Большинство авторов сходятся во мнении относительно отрицательного характера манипуляции, т. к. она представляет собой форму воздействия, основанную на внушении, носит скрытый характер, а также ставит своей целью формирование искусственных мотивов и желаний, зачастую не совпадающих с истинными

желаниями и потребностями индивида [11].

Следует отметить, что любой отдельно взятый текст СМИ, а именно медиатекст, оказывает то или иное воздействие на аудиторию. Вслед за Г. Я. Солгаником под медиатекстом мы понимаем некоторую разновидность текста, передаваемого при помощи средств массовой информации и рассчитанного на массовую аудиторию [19]. Данный термин появился в литературе сравнительно недавно, а именно в 90-х гг. XX в., и широко рассматривается в работах как отечественных исследователей – Г. Я. Солганик [19], С. И. Тресковой [21], А. А. Тертычного [20], Т. Г. Добросклонской [8; 9; 10], Б. А. Зильберт [13], Е. А. Ереминой [12], так и зарубежных исследователей – Т. ван Дейка [3], А. Белл [24], Р. Фаулер [26], М. Монтгомери [27], П. Шленсингер [28] и др. Медиатекст представляет особый интерес с точки зрения манипулятивного потенциала в первую очередь потому, что он направлен на широкую аудиторию, а значит, может оказать воздействие одновременно на огромное количество людей. Данный факт не может не повлиять на содержание медиатекстов и их языковое оформление. Медиатексты отличаются высокой степенью разнообразия. По каналу распространения медиатексты можно подразделить на передаваемые при помощи печати, радио, телевидения и интернета. Предметом данного исследования является телевизионный медиатекст, представляющий собой медиатекст, который состоит из слов, видеоряда и звука,

последовательно и одновременно разворачивающийся в пространстве на вербальном, звуковом и видео уровне, образуя единое целое.

По содержанию телевизионные медиатексты могут носить информационный, аналитический, художественно-публицистический и рекламный характер. В данной работе представляется целесообразным более подробно остановиться на информационном медиатексте, передаваемом по телевидению. Данный выбор обусловлен тем, что именно в информационных медиатекстах весьма ярко отражается функция информирования в сочетании с манипулятивной функцией [14; 17]. Это связано, во-первых, с наличием у новостных программ довольно большой и разнообразной аудитории, что объясняется стремлением широких масс быть в курсе происходящих в мире событий, а также определённой периодичностью новостных выпусков, что даёт возможность донести до слушателя необходимую информацию. Преимущество телевидения по сравнению, например, с радио, состоит в наличии видеоряда, который в дополнение к звуковому ряду помогает зрителям лучше воспринимать информацию. Несмотря на наличие видеоряда, первое место, несомненно, занимает языковое оформление самого новостного текста. Таким образом, целью работы является анализ языковых, а именно синтаксических, лексико-семантических и просодических особенностей телевизионных новостных медиатекстов. Теоретическая значимость данного исследования состоит в том, что оно содержит комплексный анализ языковых средств, используемых в реализации функции сообщения и воз-

действия информационных медиатекстов. Практическое значение работы обусловлено возможностью использовать полученные данные в практике преподавания английского языка, а также для повышения качества работы теледикторов.

Для выявления языковых особенностей новостных медиатекстов нами был проанализирован ряд информационных телевизионных медиатекстов мировой и домашней службы Би-би-си за последние три года. Общее время звучания исследуемого материала составило 15 часов. Анализ отобранных медиа текстов состоял из следующих этапов:

- 1) содержательный анализ (анализ медиатекстов с точки зрения представленной в них информации и оценка её характера – положительная, отрицательна, нейтральная);

- 2) структурный анализ (анализ медиатекстов с точки зрения их составляющих);

- 3) синтаксический и лексико-семантический анализ (выявление синтаксических и лексико-семантических средств реализации информационной и прагматической функций);

- 4) просодический анализ (выявление просодических средств реализации информационной и прагматической функций).

При проведении просодического анализа были использован метод аудиторского анализа (слуховая интерпретация просодических характеристик анализируемых медиатекстов) и метод электронно-акустического анализа (с использованием программ *Praat* и *Speech Analyzer*).

На первом этапе все отобранные медиатексты были проанализирова-

ны с точки зрения содержания. В связи с этим следует отметить, что всё большее значение приобретают отбор событий для освещения, а также их расположение в определённой последовательности. В результате анализа ряда медиатекстов следует в первую очередь подчеркнуть преобладание в новостях негативной информации. Порядка 70 % информационных медиатекстов представляют собой сообщения о разнообразных катастрофах (например, наводнениях, засухах, землетрясениях, крушениях), террористических атаках и прочих видах насилия, политических и вооружённых конфликтах, антисоциальном поведении и т. д. Рассмотрим некоторые примеры «заголовков» новостей (headlines):

Flooding worst in 50 years as 150 000 flee in Paraguay, Argentina, Brazil and Uruguay. (December 2017)

Pakistan floods kill at least 53 after heavy rains. (April 2018)

Ecuador earthquakes: deaths rise to 272. (March 2017)

Italy PM makes fierce attack on Salvini and quits. (August 2019)

Brazil wildfires prompt prayers for Amazon. (July 2019)

Syrian rebels are forced from key stronghold. (August 2019).

Данного рода акцентуация ставит своей целью убедить слушателя в нестабильности, привить чувство неуверенности, посеять некоторого рода панику в обществе. Обращает на себя внимание практически полное отсутствие каких бы то ни было положительных сообщений о событиях в странах третьего мира, что создаёт в сознании слушателей негативное представление о данных государствах, а именно об отсутствии в них стабиль-

ности, обусловленном постоянными природными катаклизмами и вооружёнными конфликтами.

Особого внимания заслуживает и сама структура информационного телевыпуска. Структурный анализ показал, что типичная телевизионная программа новостей имеет следующую структуру: приветствие ведущего и объявление программы; вступление (перечисление ведущим событий, которые будут освещены в деталях в основной части выпуска, основными задачами которого являются привлечение внимания и установление контакта с аудиторией); основная часть (каждая новость представляется в развёрнутом виде и состоит из текста, читаемого ведущим, репортажа корреспондента с места события, а также, в некоторых случаях, интервью с участниками события); заключение (ведущий суммирует освещённые в передаче события).

Следует, однако, заметить, что несмотря на важную функцию содержательной и структурной составляющей наибольшую роль в передаче информации и оказании воздействия на аудиторию играют языковые средства. В данной работе представляется целесообразным рассмотреть языковую реализацию телевизионных медиатекстов на синтаксическом, лексико-семантическом и просодическом уровнях. Вышеуказанные уровни играют важную роль в оказании воздействия на слушателя и весьма органично дополняют друг друга, способствуя реализации информационной и прагматической функций.

Как отмечает Т. Г. Добросклонская, одним из основных признаков новостного медиатекста является превалирующее число глагольных словосочета-

ний, что объясняется динамичностью новостного текста, задачей которого является осветить как можно больше событий при ограниченности эфирного времени [9]. Анализ ряда телевизионных медиатекстов позволяет отметить следующие часто используемые глагольные словосочетания: *to plead guilty, to accuse of a crime, to provide arms, to commit a crime, to suffer from, to adopt a constitution, to call for action, to find a solution, to occur, to start the scheme, to manage smb's finances, to cover the costs, to raise funds, to increase income, to form a government.*

Нельзя не обратить внимания на насыщенность новостного медиатекста лексическими соединениями, зачастую многокомпонентными, что объясняется ограниченностью новостного текста во времени. Выпуск новостей на телевидении подразумевает сжатие информации, что проявляется в увеличении числа лексических соединений, так как лексический способ соединения слов считается наиболее экономичным в плане использования языковых средств: *war conflicts, peace process, arms embargo, refugee camp, stock shares, insurance policy, tick-box process, mini-cab driver, customs union, victim impact statements, restoration work, food bank charity, job centre staff, withdrawal agreement.*

Говоря о лексических особенностях, нельзя не отметить лексики с преобладанием негативно-оценочного компонента. К данной группе следует отнести существительные *victim, conflict, crash, crisis, assassination, kidnapping, abduction, slavery, drought, food shortage, rebel, battle, power cut, damage* и проч. Среди глаголов весьма частотное использование слов *to behead, to kill, to die, to suffer, to intimidate, to murder, to*

destroy, to damage, to collapse, to attack, to threaten, to shoot dead и др. Особый потенциал воздействия, на наш взгляд, имеют прилагательные, зачастую в сочетании с наречием, которые формируют в сознании реципиента глубоко негативную картину происходящих событий. Рассмотрим некоторые примеры: *brutal, desperate, homeless, deadly, unjust, incompatible, filthy, negligible, terrible, tragic, badly damaged, completely destroyed* и др. Значительное усиление эффективности воздействия также достигается за счёт периодической повторяемости той или иной оценочной единицы во время освещения определённой новости.

There's been a dramatic rise in the number of people using food banks according to a charity.

And why is there so much hostility in the west to Islamic law?

Mr Conte said Mr Salvini had been irresponsible in creating a new political crisis for Italy for "personal and party interests".

The statement came after a violent night. The Headquarters of the Muslim Brotherhood were attacked and after deaths and injuries on both sides the building was burnt out and ransacked.

Also Iraq security tells us the corner is being turned in country, but the violence is not over yet.

Hezbollah says he was a martyr, Washington says he was a terrorist leader.

Таким образом, несмотря на требование объективности и беспристрастности при подаче материала, комментаторы всё чаще прибегают к лексике, которая недопустима при информационном освещении событий и характерна для аналитического, художественно-публицистического и рекламного жанра. Примером могут

служить следующие словосочетания с высокой степенью оценочности: *widespread international condemnation, terribly worrying, referred sarcastically as ..., clear violation of the Constitution, to whip up tensions, total chaos, hugely dangerous, frankly ridiculous, international condemnation, enormous risk.*

Что касается синтаксических соединений, наиболее распространёнными являются «прилагательное + существительное». Как правило, такие словосочетания не являются многокомпонентными и насчитывают в своём составе не более одного-двух ограничивающих (не описательных) прилагательных. Рассмотрим примеры: *violent crime, alternative arrangements, political agreement, presidential elections, surgical technique, artificial joint, mitigating circumstances, annual checks, medical regulation, serial killer, preventative measure, democratic vote, threatened coup, historic moment, public funds, educational standard, secondary schools.*

На грамматическом уровне насыщенность новостного текста различными видами пассивных глагольных форм и безличных конструкций объясняется стремлением к объективной подаче информации, к нейтральному стилю изложения. Данные конструкции могут быть использованы в текстах новостных сообщений с различными целями: передача информации без ссылки на источник с целью деперсонализации сообщения; употребление пассива в сообщениях, когда источник информации не указывается, но его существование подразумевается. Важно отметить, что замена активных глагольных форм на пассивные в новостных текстах может осуществляться специально с целью

интерпретировать информацию в выгодном политическом контексте, что является одним из способов манипуляции сознанием аудитории. При этом проведённый анализ показывает преобладание форм Present Indefinite, Present Perfect, а также Past Simple Passive. В качестве примеров рассмотрим некоторые пассивные конструкции из телесообщений канала Би-би-си:

Five Star are said to have been in discussions with the centre-left opposition Democratic Party about forming an alternative coalition.

His ruling contradicted that of a 2017 trial, during which Ms Hernández was found guilty and sentenced to 30 years.

She was originally charged with inducing an abortion, which is illegal in El Salvador.

Widespread damage is reported, with a bridge destroyed as far south as Guayaquil about 300 kilometers.

Mrs May's withdrawal agreement has been voted down three times by MPs.

Что касается других средств воздействия на синтаксическом уровне, отмечается использование вопросительных предложений, которые наиболее часто встречаются во вступительной части новостных выпусков и служат в первую очередь привлечению внимания слушателей к последующей информации за счёт высокой степени эмоциональности.

But was Nigeria willing to accept help?

And how is the country going to survive after such a crisis?

Why are US firms desperate to retain ageing staff?

Немаловажную роль также играет использование усилительных конструкций, которые призваны привлечь внимание зрителей к определённой информации, например:

What we hear less of are similar planned attacks that are foiled by the Afghan security forces, and there are plenty.

It is the widespread international condemnation that they are going to face now.

Несмотря на важную роль синтаксического и лексико-семантического компонента в языковой реализации новостных медиатекстов, на наш взгляд, в большой степени правильное просодическое построение помогает диктору достичь максимального эффекта сообщения и воздействия. Как отмечалось выше, при проведении просодического анализа были использованы методы аудиторского и электронно-акустического анализа. Применение данных методов позволило проанализировать следующие просодические характеристики:

– тональный уровень (измеряется в герцах: низкий (80–130 Hz), средний (120–190 Hz), высокий (более 200 Hz));

– тип ядерного тона (нисходящий, восходящий, ровный, нисходяще-восходящий, а также их разновидности – высокий, средний, низкий);

– громкость (измеряется в относительных единицах путём деления конкретного значения в децибелах на общее значение данной интонационной группы: низкая (0.88–1.03), средняя (1.04–1.09), высокая (1.10–1.25));

– скорость произнесения (измеряется в слогах в секунду: низкая (3.1–4.1), средняя (4.2–5.7), высокая (6–7.9));

– паузация (длительность пауз измеряется в миллисекундах: краткая (50–180), средняя (200–450), длительная (500–1100), сверхдлительная (более 1200)).

Следует отметить, что просодическая реализация находится в тесном взаимодействии с синтаксическим и

лексико-семантическим компонентом. Например, для достижения наибольшей степени прагматического воздействия эмоционально-оценочная лексика, как правило, выделяется в отдельную интонационную группу, произносится с высоким нисходящим тоном и сопровождается снижением темпа и последующей паузой малой или средней длительности. В ряде случаев отмечается заметное повышение громкости при произнесении данного компонента высказывания. При этом в большинстве случаев выделение происходит за счёт одного-двух просодических средств, в редких случаях – трёх и более.

Widespread damage is reported, with a bridge destroyed as far south as Guayaquil about 300 kilometers.

В данном примере отмечается акцентуация эмоционально-оценочного элемента *widespread damage* за счёт его выделения в отдельную интонационную группу и последующей паузы средней длительности (310 мс).

Особое просодическое оформление характерно также для некоторых синтаксических конструкций, например для вопросительных предложений, при подаче которых используются короткие интонационные группы, преимущественно высокий или средний нисходящий тон как в финальных, так и в нефинальных интонационных группах, высокая громкость и высокий темп. При этом в большинстве проанализированных случаев выделение конструкций такого рода происходит одновременно за счёт всех перечисленных просодических средств, что обеспечивает максимальное внимание слушателей и восприятие ими данной информации как наиболее важной в выпуске.

Рассмотрим пример фразы, взятой для анализа из новостных «заголовков»:

And why / are the Taliban / resurgent / in Afghanistan?

Данная фраза состоит из четырёх коротких интонационных групп. Их просодические характеристики представлены в табл. 1.

Таблица 1

Анализ просодических характеристик (на примере фразы из «заголовков»)

	Интонац. группа 1	Интонац. группа 2	Интонац. группа 3	Интонац. группа 4
Тональный уровень (Hz)	90	120	230	115
Ядерный тон	Низкий восходящий	Средний нисходящий	Высокий нисходящий	Средний нисходящий
Громкость (относ. ед.)	1.05	1.07	1.19	1.08
Скорость (сл/с)	6.2	6.7	6.8	6.8
Последующая пауза (млс)	62	70	1100	1500

Как видно из приведённого в табл. 1 анализа, выделение основной информации, которая содержится в третьей интонационной группе, происходит за счёт взаимодействия ряда просодических характеристик, а именно: повышения тонального уровня, высокого нисходящего тона, повышения громкости и более длительной паузы.

Просодические средства являются эффективными в привлечении внимания слушателей к определённой информации в сообщении за счёт того, что они весьма успешно контрастируют с большей частью сообщения, которая отличается высокой степенью просодической нейтральности, а именно средними интонационными группами, преобладанием низких и средних восходящих тонов в нефинальных интонационных группах и низких нисходящих тонов в финальных интонационных группах, средним темпом и средней громкостью. Анализ также показывает, что вступление к информационным выпускам отличается более высокой степенью интона-

ционной маркированности по сравнению с основной частью новостного выпуска, что представляется вполне логичным, так как основной задачей диктора является привлечение внимания зрителей к передаваемой информации.

Учитывая всё вышесказанное, можно сделать следующие выводы.

1. Информационные медиатексты, передаваемые по телевидению, выполняют как информационную функцию, так и функцию воздействия, т. е. манипулируют сознанием зрителей.

2. Информационные медиатексты обладают рядом признаков, которые отличают их от любого другого текста массовой коммуникации. Данные признаки включают в себя отбор материала, особенности его построения, а также языковые характеристики на синтаксическом, лексико-семантическом и просодическом уровнях.

3. Содержательный анализ отобранных медиатекстов позволяет отметить преобладание негативной информации, что способствует фор-

мированию определённой картины мира у телеаудитории.

4. На структурном уровне большую роль играет особое построение информационного медиатекста, а именно: освещение в первую очередь основных с точки зрения руководства телеканала новостей, а также расположение информации внутри основной части телевыпуска в определённой последовательности.

5. Синтаксические и лексико-семантические средства играют важную роль в информировании и оказании воздействия на аудиторию. Наиболее важными являются следующие: использование глагольных и многокомпонентных лексических словосочетаний, оценочной лексики, вопросительных и усилительных конструкций.

6. Аудиторский и электронно-акустический анализ просодических характеристик текстов теленовостей по-

казал, что они тесно взаимодействуют с синтаксическими и лексико-семантическими средствами в реализации манипулятивного воздействия. Среди них особое место занимают повышение тона и громкости, снижение скорости и паузация при выделении наиболее значимой с точки зрения диктора информации.

Таким образом, в данном исследовании была предпринята попытка выделить основные признаки телевизионного медиатекста информационного характера и систематизировать синтаксические, лексико-семантические и просодические характеристики, которые направлены на реализацию функций сообщения и воздействия. В дальнейшем представляется возможным рассмотреть гендерные различия в реализации новостных и других типов медиатекстов.

Статья поступила в редакцию 21.08.2019

ЛИТЕРАТУРА

1. Артемов В. Л., Семенов В. С. Би-Би-Си: история, аппарат, методы радиопропаганды. Минск: Университетское, 1984. 234 с.
2. Валеева Е. С. Формы и методы воздействия на общественное мнение в региональной медиасистеме: дис. ... канд. филол. наук. Казань, 2009. 201 с.
3. Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. 312 с.
4. Власов А. И. Политические манипуляции. История и практика средств массовой информации. М.: Международные отношения, 1982. 304 с.
5. Ворошилов В. В. Журналистика. Базовый курс. Санкт-Петербург: Издательство Михайлова В. А., 2006. 640 с.
6. Грачев Г. В., Мельник И. К. Манипулирование личностью: Организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. М.: Эксмо, 2002. 342 с.
7. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). М.: УРСС, 2005. 288 с.
8. Добросклонская Т. Г. Информационная модель как инструмент анализа новостного дискурса // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. 2016. Т. 5. № 1. С. 7–11.
9. Добросклонская Т. Г. Новостной дискурс как объект медиалингвистического анализа // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования. Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом: II Международная научно-практическая конференция и II

- Международный научный семинар: сборник научных работ / под ред. Е. А. Кожемякина, А. В. Полонского. Белгород: Белгород, 2016. С. 13–22.
10. Добросклонская Т. Г. Прикладные аспекты медиалингвистических исследований // Медиалингвистика: IV Международный научно-практический семинар: сборник статей / под ред. Л. Р. Дускаевой, отв. ред. Н. С. Цветова. СПб.: Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций, 2015. С. 18–22.
 11. Доценко Е. Л. Психология манипуляции. М.: ЧеРо, 1997. 344 с.
 12. Еремина Е. А. Множественность форм прагматического воздействия англоязычного медиадискурса: дис. ... канд. филол. наук. М., 2007. 277 с.
 13. Зильберт Б. А. Социопсихоллингвистическое исследование текстов радио, телевидения, газеты. Саратов: Издательство Саратовского университета, 1986. 212 с.
 14. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: Алгоритм, 2004. 528 с.
 15. Кирия К. Д. Роль экстралингвистических факторов в создании телевизионных новостей // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2007. № 1. С. 72–78.
 16. Ковшова М. Л. Лингвистический анализ текста (речевая манипуляция) // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2009. № 1. С. 46–55.
 17. Крысенко В. Г. Социальная психология. СПб., 2007. 432 с.
 18. Мельник Г. С. Mass-media: психологические процессы и эффекты. СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 1996. 160 с.
 19. Солганик Г. Я. К определению понятия «текст» и «медiateкст» // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2005. № 2. С. 7–16.
 20. Тертычный А. А. Аналитическая журналистика: познавательный-психологический подход. М.: Гендальф, 1998. 255 с.
 21. Трескова С. И. Социоллингвистические проблемы массовой коммуникации. М.: Наука, 1989. 153 с.
 22. Чобанян К. В. Языковые средства и приемы привлечения внимания зрителей телевизионных новостей (на материале шапок и шпигелей телеканала Си-эн-эн) // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2015. № 3. С. 80–99.
 23. Bell A. *The Language of News Media*. Oxford: Wiley Blackwell, 1991. 296 p.
 24. Chobanyan K. Shift to political topics as the main content strategy of American cable news // *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*. 2018. No. 3. P. 39–52.
 25. Dennis E. E., Merrill J. C. *Media Debates. Issues in Mass Communication*. London: Longman, 1996. 236 p.
 26. Fowler R. *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. London: Routledge, 1991. 237 p.
 27. Montgomery M. *The Discourse of Broadcast News*. London: Routledge, 2007. 264 p.
 28. Schlesinger P. Putting “reality” together. BBC News. London: Constable, 1978. 304 p.

REFERENCES

1. Artemov V. L., Semenov V. S. *Bi-Bi-Si: istoriya, apparat, metody radiopropagandy* [BBC: history, apparatus, methods of radio propaganda]. Minsk, Universitetskoe Publ., 1984. 234 p.
2. Valeeva E. S. *Formy i metody vozdeistviya na obshchestvennoe mnenie v regional'noi mediasisteme: dis. ... kand. filol. nauk* [Forms and methods of influencing public opinion in the regional media system: PhD thesis in Philological Sciences]. Kazan, 2009. 201 p.
3. Van Dijk T. A. *Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya* [Language. Knowledge. Communication]. Moscow, Progress Publ., 1989. 312 p.

4. Vlasov A. I. *Politicheskie manipulyatsii. Istoriya i praktika sredstv massovoi informatsii* [Political manipulation. History and practice of media]. Moscow, Mezhdunarodnye otnosheniya Publ., 1982. 304 p.
5. Voroshilov V. V. *Zhurnalistika. Bazovyi kurs* [Journalism. Basic course] St. Petersburg, Publishing house of Mikhailova V. A. Publ., 2006. 640 p.
6. Grachev G. V., Mel'nik I. K. *Manipulirovanie lichnost'yu: Organizatsiya, sposoby i tekhnologii informatsionno-psikhologicheskogo vozdeistviya* [Manipulation of personality: Organization, methods and technologies of information-psychological impact]. Moscow, Eksmo Publ., 2002. 342 p.
7. Dobrosklonskaya T. G. *Voprosy izucheniya mediatekstov (opyt issledovaniya sovremennoi angliiskoi mediarechi)* [The study of media texts (research of modern English media speech)]. Moscow, URSS Publ., 2005. 288 p.
8. Dobrosklonskaya T. G. [Information Model as an Instrument for the Analysis of News Discourse]. In: *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Sovremennaya kommunikativistika* [Scientific research and development. Modern communicativity], 2016, vol. 5, no. 1, pp. 7–11.
9. Dobrosklonskaya T. G. [News discourse as an object of mediallynguistic analysis]. In: Kozhemyakin E. A., Polonskiy A. V., eds. *Diskurs sovremennykh mass-media v perspektive teorii, sotsial'noi praktiki i obrazovaniya: Aktual'nye problemy sovremennoi mediallyngvistiki i mediakritiki v Rossii i za rubezhom. II Mezhdunarodnaya nauchnoprakticheskaya konferentsiya i II Mezhdunarodnyi nauchnyi seminar* [The modern media discourse in the perspective of theory, social practice and education. Issues of modern media linguistics and media criticism in Russia and abroad: II International Scientific and Practical Conference and II International Scientific Seminar]. Belgorod, Belgorod Publ., 2016, pp. 13–22.
10. Dobrosklonskaya T. G. [Applied aspects of media linguistic studies]. In: Duskaeva L. R., ed. *Mediallyngvistika. IV Mezhdunarodnyi nauchno-prakticheskii seminar* [Metalinguistic. IV international scientific and practical seminar]. St. Petersburg, School of Journalism and Mass Communications Publ., 2015, pp. 18–22.
11. Dotsenko E. L. *Psikhologiya manipulyatsii* [The psychology of manipulation]. Moscow, CheRo Publ., 1997. 344 p.
12. Eremina E. A. *Mnozhestvennost' form pragmaticheskogo vozdeistviya angloyazychnogo mediadiskursa: dis. ... kand. filol. nauk* [The multiplicity of forms of pragmatic impact of the English-language media discourse: PhD thesis in Philological Sciences]. Moscow, 2007. 277 p.
13. Zil'bert B. A. *Sotsiopsikholingvisticheskoe issledovanie tekstov radio, televideniya, gazety* [Sociopsycholinguistic study of radio, television, newspaper texts]. Saratov, Saratov University Publ., 1986. 212 p.
14. Kara-Murza S. G. *Manipulyatsiya soznaniem* [Manipulation of consciousness]. Moscow, Algoritm Publ., 2004. 528 p.
15. Kiriya K. D. [Extra-linguistic Factors in Broadcast News Writing]. In: *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* [The Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism], 2007, no. 1, pp. 72–78.
16. Kovshova M. L. [The Linguistic Analysis of Texts (Language Manipulation)]. In: *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 19. Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya* [The Bulletin of Moscow University. Series 19. Linguistics and Cross-Cultural Communication], 2009, no. 1, pp. 46–55.
17. Krysenko V. G. *Sotsial'naya psikhologiya* [Social Psychology]. St. Petersburg, 2007. 432 p.
18. Mel'nik G. S. *Mass-media: psikhologicheskie protsessy i efekty* [Mass-media: psychological processes and effects]. St. Petersburg, Saint-Petersburg University Publ., 1996. 160 p.
19. Solganik G. Ya. [How to Attribute Text and Media Text]. In: *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* [The Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism], 2005, no. 2, pp. 7–16.

20. Tertychnyi A. A. *Analiticheskaya zhurnalistika: poznavatel'no-psikhologicheskii podkhod* [Analytical Journalism: a Cognitive-Psychological Approach]. Moscow, Gendal'f Publ., 1998. 255 p.
21. Treskova S. I. *Sotsiolingvisticheskie problemy massovoi kommunikatsii* [Sociolinguistic Problems of Mass Communication]. Moscow, Nauka Publ., 1989. 153 p.
22. Chobanyan K. V. [Linguistic Means and Ways of Attracting Viewers' Attention to the News (Based on CNN Opens and Teases)]. In: *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* [The Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism], 2015, no. 3, pp. 80–99.
23. Bell A. *The Language of News Media*. Oxford, Wiley Blackwell Publ., 1991. 296 p.
24. Chobanyan K. Shift to political topics as the main content strategy of American cable news. In: *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, 2018, no. 3, pp. 39–52.
25. Dennis E. E., Merrill J. C. *Media Debates. Issues in Mass Communication*. London, Longman, 1996. 236 p.
26. Fowler R. *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. London, Routledge, 1991. 237 p.
27. Montgomery M. *The Discourse of Broadcast News*. London, Routledge, 2007. 264 p.
28. Schlesinger P. Putting “reality” together. BBC News. London, Constable, 1978. 304 p.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Василенко Татьяна Сергеевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка Калужского государственного университета им. К. Э. Циолковского; e-mail: tatvas_84@mail.ru

Шеваршинова Елена Ивановна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры английского языка Калужского государственного университета им. К. Э. Циолковского; e-mail: shevarshinova@gmail.com

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Tatyana S. Vasilenko – PhD in Philological Sciences, Associate Professor at the Department of the English language, Kaluga State University named after K. E. Tsiolkovski; e-mail: tatvas_84@mail.ru

Elena I. Shevarshinova – PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor at the Department of the English language, Kaluga State University named after K. E. Tsiolkovski; e-mail: shevarshinova@gmail.com

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Василенко Т. С., Шеваршинова Е. И. Особенности языковой реализации информационных медиатекстов (на примере телевизионных новостных выпусков Би-би-си) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2019. № 5. С. 17–28.

DOI: 10.18384/2310-712X-2019-5-17-28

FOR CITATION

Vasilenko T. S., Shevarshinova E. I. Specific features of linguistic realization of informational mediatexts (study of BBC television news programmes). In: *Bulletin of Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2019, no. 5, pp. 17–28.

DOI: 10.18384/2310-712X-2019-5-17-28