



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУрГПУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ
КАФЕДРА АНГЛИЙСКОЙ ФИЛОЛОГИИ

**Лингвистические особенности отражения динамики кризисного
дискурса в СМИ(на материале англоязычной прессы)**

**Выпускная квалификационная работа по направлению
44.03.05 Педагогическое образование
(с двумя профилями подготовки)**

**Направленность программы бакалавриата
«Английский язык. Иностранный язык»
Форма обучения очная**

Проверка на объем заимствований:
76,48% авторского текста
Работа рекомендована к защите
«27» июня 2022 г.
зав. кафедрой английской
филологии Афанасьева О.Ю.

Выполнила:
Студентка группы ОФ-503/091-5-1
Степанова Валерия Вячеславовна
Научный руководитель:
кандидат филологических наук, доцент
Баландина Ирина Давидовна

Челябинск
2022

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЙ ПОНЯТИЙ «ДИСКУРСА» И «КРИЗИСНОГО ДИСКУРСА»	6
1.1 Дискурс как лингвистическое понятие	6
1.2 Особенности дискурса в СМИ	9
1.3 Особенности кризисного дискурса в английском языке	14
Выводы по первой главе	19
Глава 2. ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КРИЗИСНОГО ДИСКУРСА В СМИ НА ОСНОВЕ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЫ	21
2.1 Анализ лексических особенностей англоязычной прессы	21
2.2 Анализ синтаксических особенностей англоязычной прессы	25
2.3 Методический комплекс для использования на уроках английского языка в средней школе	29
Вывод по второй главе	35
Список используемых источников	39

ВВЕДЕНИЕ

В последнее десятилетие на передний план научных исследований, проводимых в различных сферах гуманитарного знания, выходит анализ кризисного дискурса в СМИ как объекта, включающего в себя помимо вербально выраженного текста также иные содержательные области. При этом, обращает на себя внимание то, что дискурс как операционное понятие научного поиска используется не только в лингвистических исследованиях, но и в других научных изысканиях (например, в истории, психологии, юриспруденции и так далее).

СМИ, в свою очередь, стремительно увеличивает объем ежедневно перерабатываемой информации, что провоцирует комплексное усложнение речевой структуры, углубление стилевой дифференциации текстов, изменение в сознании общества статуса информационной продукции.

Актуальность нашего исследования заключается в отсутствии на данный момент классификации как комплексных теоретических, так и практических материалов, посвященных лингвистическим особенностям кризисного дискурса англоязычной прессы.

В качестве примеров мы обратились к англоязычным газетам и журналам таких стран как Канада, США и Великобритания: “The Economist”, “The Financial Times” и “The Wall Street Journal”.

Объект исследования – кризисный дискурс.

Предмет исследования – лингвистические особенности кризисного дискурса англоязычных текстов.

В качестве источников базы исследования послужили тексты из англоязычного журнала «The Economist», а именно – 41 статьи 2008 г. и 52 статьи 2020г. описывающие кризисы данных лет.

В теоретической главе нашего исследования, мы решили рассмотреть теоретические основы понятия «дискурс», а затем и непосредственно

«кризисный дискурс», взятые за основу изучения лингвистических особенностей англоязычных текстов.

Цель исследования – определить лингвистические особенности кризисного дискурса на материале англоязычной прессы.

Для достижений цели нашего исследования перед нами были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть понятие «дискурс»;
- охарактеризовать кризисный дискурс и его особенности;
- определить специфику англоязычного кризисного дискурса;
- выявить наиболее частотные лингвистические особенности в англоязычной прессе;
- исследовать англоязычную прессу.

В исследуемой проблематике мы воспользовались такими методами исследования, как описательный и контекстологический, а также метод лингвистического описания с применением приёмов классификации и систематики с элементами компонентного анализа.

Теоретико-методологическую основу исследования составили работы следующих авторов: Н. Д. Арутюновой, В. В. Богданова, М. М. Бахтина, Ю. С. Степанова, А. Н. Баранова, Е. С. Кубрякова, Е. И. Шейгал, А. П. Чудинова и другие.

Базой исследования являются оригинальные статьи, взятые из американской, канадской, английской прессы за последние 10 лет.

Теоретическая значимость данного исследования, во-первых, определяется его вкладом в изучение проблем, связанных с лингвистическими особенностями англоязычной прессы, её классификации и характеристики; во-вторых, заключается в рассмотрении понятия «кризисный дискурс» в качестве языковой категории.

Практическая ценность исследования состоит в возможности использования её материалов при подготовке лекций и семинаров по лингвистике, лексикологии, лингвостилистике. Также разработанные нами

методические упражнения смогут найти своё применение на факультативных языковых курсах английского языка в средней школе. Результаты исследования могут найти своё применение также и в профессиональной деятельности переводчиков.

Структура исследования: работа состоит из введения, первой и второй глав, выводов к каждой из глав, заключения и списка использованных источников.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЙ ПОНЯТИЙ «ДИСКУРСА» И «КРИЗИСНОГО ДИСКУРСА»

1.1 Дискурс как лингвистическое понятие

Термин «дискурс» в последнее время стал широкоупотребительным, встречающимся во многих областях знаний.

Неудивительно, что, имея такую широкую сферу применения, дискурс может быть интерпретирован учеными совершенно по-разному, в зависимости от той или иной научной концепции.

Четкого и общепризнанного определения «дискурса», охватывающего все случаи его употребления, не существует, и не исключено, что именно это способствовало широкой популярности, приобретенной этим термином за последние десятилетия: связанные нетривиальными отношениями различные понимания удачно удовлетворяют различные понятийные потребности, модифицируя более традиционные представления о речи, тексте, диалоге, стиле и даже язык.

Дискурс можно понимать, как многозначный термин ряда гуманитарных наук, предмет которых прямо или опосредованно предполагает изучение функционирования языка, - лингвистики, литературоведения, семиотики, социологии, философии, этнологии и антропологии [24; 27].

Лингвистическая сущность дискурса выявляется в следующей мысли Ю.С. Степанова: «Дискурс» - это язык в языке, но представленный в виде особой социальной данности. Дискурс реально существует не в виде своей «грамматики» и своего «лексикона», как язык просто. Дискурс существует, прежде всего, в текстах, но таких, за которыми встает особая грамматика, особый лексикон, особые правила словоупотребления и синтаксиса, особая семантика, - в конечном счете – особый мир [3; с. 125].

Иными словами, Ю.С. Степанов приравнивает дискурс к реальной реализации языка, которая материализуется в различного рода текстах, в коммуникативных условиях диалогического общения [20].

Говоря о многозначительности понятия «дискурс», В. И. Карасик дает следующее определение: «дискурс» представляет собой форму воздействия говорящего на слушателя или собеседника, а не только лишь вербальное выражение его представления об окружающем мире. «Дискурс» - это речевое произведение, речевая деятельность, реализованная в тексте и обусловленная лингвистическими и внеязыковыми факторами, протекающая в определенном контексте и в рамках различных социальных групп, то есть, по сути, дискурс является собой определенную дискурсивную практику [34]. В современной лингвистике, ставящей задачу изучения языка в реальных условиях его существования и функционирования, понятие «дискурс» является одним из наиболее употребительных для обозначения реальных процессов речемыслительной деятельности человека. Об этом свидетельствует, в частности, совокупность устоявшихся и принятых в настоящее время определений дискурса.

При ознакомлении со статьей «Дискурс», опубликованной Н. Д. Арутюновой, можно сделать вывод, что термину дискурс предписывается, прежде всего, сема говорения, поскольку указывается его происхождение от французского языка [14]. В целом, в трактовке Н. Д. Арутюновой термина дискурс прослеживается взаимосвязь таких понятий, как дискурс – речь.

В этом отношении, на наш взгляд, прав В. В. Богданов: «речь и текст – это две неравнозначные стороны дискурса. Дискурс понимается как все, что нами говорится и пишется, иначе говоря, как языковой материал. Следовательно, термины речь и текст будут видовыми по отношению к объединяющему их родовому термину дискурс» [11; 40]. Согласно определению Н.Д. Арутюновой, «дискурс есть связный текст в

совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами».

Как уже отмечалось, термин «дискурс», как он понимается в современной лингвистике, близок по смыслу к понятию «текст», однако подчеркивает динамический, разворачивающийся во времени характер языкового общения; в противоположность этому, текст мыслится преимущественно как статический объект, результат языковой деятельности.

Иногда «дискурс» понимается как включающий одновременно два компонента: и динамический процесс языковой деятельности, вписанной в ее социальный контекст, и ее результат (т.е. текст); именно такое понимание является предпочтительным. Иногда встречающиеся попытки заменить понятие дискурса словосочетанием «связный текст» не слишком удачны, так как любой нормальный текст является связным [9; 27]. Чрезвычайно близко к понятию дискурса и понятие «диалог». Принято считать, что дискурс, как и любой коммуникативный акт, предполагает наличие двух фундаментальных ролей – говорящего (автора) и адресата. При этом роли говорящего и адресата могут поочередно перераспределяться между лицами – участниками дискурса; в этом случае говорят о диалоге. Если же на протяжении дискурса (или значительной части дискурса) роль говорящего закреплена за одним и тем же лицом, такой дискурс называют монологом. Неверно считать, что монолог – это дискурс с единственным участником: при монологе адресат также необходим. В сущности, монолог – это просто частный случай диалога, хотя традиционно диалог и монолог резко противопоставлялись.

Обобщая, термины «текст» и «диалог» как более традиционные обросли большим количеством коннотаций, которые мешают их свободному употреблению. Поэтому термин «дискурс» удобен как родовой термин, объединяющий все виды использования языка.

Таким образом, резюмируя вышеприведённые определения понятия «дискурс», можно утверждать, что данный термин, как он понимается в современной лингвистике, близок по смыслу к понятию «текст», однако подчеркивает динамический, разворачивающийся во времени характер языкового общения; в противоположность этому, текст мыслится преимущественно как статический объект, результат языковой деятельности.

Некоторые исследователи трактуют дискурс как включающий одновременно два компонента: и динамический процесс языковой деятельности, вписанной в ее социальный контекст, и ее результат (то есть текст); именно такое понимание является предпочтительным.

1.2 Особенности дискурса в СМИ

Отличительной чертой современной лингвистической науки является ее сосредоточенность на человеческом факторе в языке, ее направленность на осмысление языковой концептуализации мира. Антропоцентризм, суть которого заключается в том, что «научные объекты изучаются, прежде всего, по их роли для человека, по их назначению в его жизнедеятельности, по их функциям для развития человеческой личности и ее усовершенствования» [12, с. 212], стал важнейшим методологическим принципом. Центральной категорией «жизни человека в языке» (Э. Бенвенист), «вписывающей» многообразную социальнокоммуникативную практику человека в тексты культуры, является дискурс. Его наиболее значимую форму, реализующую важнейшие процессы социального самопознания и формирующую мироощущение человека и его концептуальную картину мира, представляют массмедиа [2, с. 153]. Понятие дискурса массмедиа в научной исследовательской практике закрепилось благодаря трудам Т. Г. Добросклонской, по мнению которой он является «сообщением в совокупности со всеми прочими компонентами коммуникации (отправитель, получатель сообщения, канал, обратная

связь, ситуация общения или контекст)» [5, с. 22]. Для осмысления специфики массмедийного дискурса необходимо иметь в виду, что особенностью современных массмедиа, обеспечивающих процесс взаимодействия всех социальных субъектов и процесс общественного самопознания, является, с одной стороны, обязанность «постоянно находиться в настоящем, в точке, где действие происходит в данный конкретный момент времени» [18, с. 223], где действительность конвертируется в социальный факт, а с другой стороны, усиление потребности в проективности, суть которой, как указывает И. М. Дзялошинский, заключается в том, что массмедиа по отношению ко всем аспектам социального бытия вырабатывают и распространяют «идеальные планы новых типов человеческой деятельности, человеческого поведения, общения, всех форм человеческого существования» [3]. Массмедиа обеспечивают процесс массовой коммуникации и реализуют свой мировоззренческий ресурс, направленный на «когнитивную обработку социума и индивида с целью формирования особой картины мира» [13, с. 12]. Дискурс массмедиа чувствителен к контексту актуального социального бытия, обозначенного социальным фактом, а также к контексту актуальной идеологии. Он непосредственно направлен на общественное сознание и формирование актуального общественного мнения.

Массмедийный дискурс отличается специфической, имеющей массовый характер аудиторией и, соответственно, «усредненностью» (и в этом смысле упрощенностью) своего кода, работающего в режиме когнитивно-аксиологических смыслов – понятийных (идентифицирующих), метафорических, образно-символических и ценностных. В массмедийном слове, ориентированном на оценочную номинацию как борьбу за базовые ценности и метафору как «основную ментальную операцию, как способ познания, структурирования и объяснения мира» [19, с. 175], отражается как личностно-смысловое, так и

социально-смысловое отношение человека к действительности. Понятие «массмедийный дискурс» относится к проблемному полю массовой коммуникации как процессу обмена информацией между всеми субъектами общества, нацеленного на формирование общественного мнения по поводу социально значимого фрагмента социального бытия. Массовая коммуникация, направленная на широкую, признаково рассеянную аудиторию, «представляет собой социально обусловленное явление с основной функцией воздействия через смысловую и оценочную информацию».

Массовая коммуникация как вид речевой деятельности «является социально обусловленным процессом, в котором эта функция актуализируется при помощи различных коммуникативных средств и каналов» [11, с. 34]. В качестве источника социальной и массовой коммуникации выступает социальный институт или «коллегиальный отправитель» [8, с. 37], продуцирующий в совокупности текстов определенный тип сознания и установку на тот или иной тип прагматики – целей, притязаний и ожиданий. Получателем массмедийного сообщения является широкая аудитория – массовая, в признаковом отношении неоднородная, рассеянная, поэтому массмедийный текст должен быть понятен массовому (усредненному) потребителю [15].

Вслед за Т. Г. Добросклонской, мы считаем, что понятия «массовая коммуникация» и «массмедиа» находятся в одном проблемно-семантическом поле, однако не взаимозаменяемы: «массовая коммуникация представляет собой... процесс распространения... информации» [4, с. 15], массмедиа же – это коммуникативный, продуктивно-мировоззренческий ресурс, это смыслопроизводящий и транслирующий источник, «построенный на идеологических, эмоциональных и даже подсознательных ожиданиях аудитории» [9, с. 22]. Массмедиа – это коммуникативно-когнитивный феномен, востребованный обществом с целью обеспечения процесса своего «собирания»,

самопознания и формирования общественного мнения, то есть оценочного суждения о действительности. Уместно здесь напомнить слова Г. Я. Солганика об особенностях публицистики: «...публицистическое пространство – это, прежде всего, социальное пространство, образующее формальносодержательную рамку, внутри которой функционируют, действуют, сталкиваются политические, философские, экономические, финансовые, культурные и все другие возможные идеи, составляющие внутреннее пространство, т.е. содержание, тесно взаимодействующее с внешним – социальным пространством. В его пределах другие информационные пространства могут смешиваться, а могут выступать в сравнительно чистом виде» [16, с. 25-26]. Массмедиа являются субъектами производства, воспроизводства и трансляции ценностных смыслов. Массмедиа «совершают выбор, когда из миллиона событий на страницу попадают только сотни. Выбор должен опираться на определенные ценностные фильтры» [14, с. 356], то есть от той или иной интерпретации, представленной в массмедиа, зависит, попадет ли определенная информация в фокус общественного внимания и обретет социальный статус. Характер отбора и подачи материала, их значимость определяются социальной позицией массмедиа и спецификой целевой аудитории. Н. Ф. Алефиренко уточняет, что дискурс массмедиа – это, с одной стороны, «речемыслительное образование событийного характера в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими, паралингвистическими и др. факторами», к отличительным признакам которого относится «коммуникативное событие как сплав языковой формы, знаний и коммуникативно-прагматической ситуации», а с другой – «социальная деятельность, в рамках которой ведущую роль играют когнитивные образования, фокусирующие в себе различные аспекты внутреннего мира языковой личности. Дискурс, преломляя и интерпретируя поступающую в языковое сознание информацию,

становится своеобразным смыслогенерирующим и миропорождающим устройством» [1, с. 10].

Таким образом, дискурс представляет собой социально детерминированный процесс порождения, объективации и трансляции в совокупности присущих ему текстов социально значимых содержательных форм, отражающих особенности воспроизводимого сознания. Дискурс как коммуникативно-когнитивный феномен задает способ и характер представления и оперирования информацией, а также характер и номенклатуру воспроизводимых им содержательных форм, то есть организованных и ценностно ориентированных совокупностей смыслов, обращенных в своей бытийности к социальной практике, социальной памяти (традиции) и воображению. Следовательно, дискурс массмедиа осознается как социально детерминированный процесс производства, воспроизводства, объективации и трансляции в массмедийных текстах социально значимых содержательных форм, обнаруживающих особенности общественного сознания и массмедийной (называемой в современной теории и публицистической) картины мира. Как замечает Г. Я. Солганик, «создавая картину мира, публицисты пользуются результатами научных исследований (философских, политических, социологических и т.д.), однако творимая ими картина не становится научной. У публицистики существует свой угол зрения – создание картины мира с точки зрения человека в обществе» [17].

Особенностью дискурса массмедиа является социальная оценочность [Там же], открытость позиции автора [7] и «политико-идеологический модус формирования текста» [10, с. 36], поскольку его цель – воздействовать на общественное сознание [17] и изменить его посредством формирования позитивного или негативного общественного мнения относительно тех или иных фактов (фрагментов) социального бытия человека. Эта особенность массмедийного дискурса обнаруживается и в специфике обслуживающего его функционального стиля,

экстралингвистической основой которого, как известно, является «политико-идеологическая деятельность» [6, с. 79].

Массмедийный дискурс – это когнитивно-прагматическая среда, реализующая свою сущность посредством производства и трансляции на широкую аудиторию оценочных смыслов и идеологем, а также посредством именований и метафорической интерпретации фактов социального бытия [10, с. 60].

В результате проведенного исследования мы пришли к выводу, что дискурс массмедиа – это социальнокогнитивный и социально-регулятивный механизм, непосредственно направленный как на социальное самопознание, так и на социальное конструирование, а также на объективацию и моделирование общественного сознания (объективированной в совокупности публично заявленных текстов рефлексии общества своей действительности и деятельности) и общественного мнения (оценочного суждения относительно социальной действительности и деятельности) посредством производства, тиражирования и регулярной доставки широкой аудитории социально значимых смыслов и оценок.

1.3 Особенности кризисного дискурса в английском языке

В современном геополитическом нестабильном мире, практически ежедневно мы сталкиваемся с огромным количеством кризисов в различных сферах жизни общества, и политические деятели, и ученые все чаще обращают внимание на возможности контроля и управления массовым сознанием как в целях разрешения подобных кризисов, так и для укрепления политической власти.

Кризис – это ситуация, которая осложняет жизнь общества в определенный период времени. Социум подвержен постоянному преодолению возникающих кризисных ситуаций. Одним из путей преодоления кризисных ситуаций в социуме – является коммуникация,

которая выступает на первый план при структурировании общественных отношений. Сообщения о различных кризисах являются источником знаний о различных областях социальной реальности [87; с. 423].

Преодоление кризисов не может происходить без вмешательства СМИ, так как пресса является первым и универсальным способом управления мнения социума, пропаганды, спекуляции и агитации. Выявление и объяснение смыслов, заложенных в кризисный дискурс, а также оценка поведения участников кризисной коммуникации определяет социокультурные условия кризиса.

Кризисный дискурс представляет собой совокупность дискурсивных практик, которые описывают и сопровождают кризисы на различных этапах преодоления, именно поэтому исследование кризисного дискурса предполагает анализ языкового материала с учетом пространственных и временных условий его существования, а также характеристик целевой аудитории.

Кризисный дискурс реализует функцию воздействия на слушателя в соответствии со следующим алгоритмом: привлечь внимание или вызвать интерес, пробудить определенные эмоции (страх, злость, жалость и так далее), вызвать потребность в защите, побудить к сохранению существующего порядка или его изменению.

Понятием «кризис» оперируют многие области знания – социология, психология, экономика, педагогика, юриспруденция, конфликтология, теории дискурса и др. Представляя собой сложную разнородную систему, кризисный дискурс является объектом междисциплинарных исследований.

Т. Н. Митрохина интерпретирует кризисный дискурс как кризис политического управления, недостаток профессиональных управленческих кадров, коррумпированность органов государственной власти, отсутствие конкурентной среды не только в экономике, но и политике, а затем лишь в экономике [48; с. 136]. В сфере экономики

кризисный дискурс рассматривается только в рамках мирового экономического кризиса и определяется как концепция функционирования в период кризиса, поиска инструментов отражения кризиса и экспертизы кризисных коммуникаций [17, с. 43].

Вопросами метафорического моделирования кризисного дискурса занимается П. В. Кропотухина [49; с. 94]. Однако, несмотря на то, что современный мир сталкивается с кризисами все чаще, кризисный дискурс – малоизученное явление, которое лишь только сейчас начинает привлекать интерес ученых.

Раскрывая понятие кризиса и уточняя характеристики кризисных явлений, российский исследователь А. А. Богданов выделил два типа кризисов: «конъюгационные, соединительные – образование новых связей; разделительные – разрыв связей, создание новых границ там, где их раньше не было» [13, с. 30]. Однако границы между ними условны: «Каждый кризис представляет цепь элементарных кризисов того или иного типа» [13, с. 30]. Необходимо отметить, что кризисные ситуации в различных сферах деятельности человека стимулируют решение многих психологических, социологических, правовых и нравственных проблем, проблем общения, взаимоотношений, социально-психологического климата и многих других.

Кризисные ситуации включают природные и экологические бедствия и катастрофы, вызванные деятельностью человека, проблемы социального и гуманитарного характера, экономические и политические трудности и т. д.

Выделим следующие особенности кризисных ситуаций:

1) относительно высокая скорость развития событий – временной фактор играет немаловажную роль, так как в условиях быстротечности кризиса важна и подготовленность общества к его преодолению (данное обстоятельство в большинстве случаев становится определяющим при урегулировании кризисов);

2) «жесткость» кризисной ситуации (кризисы иногда сопровождаются насилием, жестокостью, жертвами);

3) трудности с пониманием масштабов кризиса, возникающие из-за напряженности ситуации, что осложняет моментальное реагирование со стороны властей (в таких случаях возрастает количество пострадавших, а возможные неправильные организационные и управленческие решения приводят к плачевным последствиям);

4) формирование восприятия и необходимого общественного мнения с помощью средств массовой информации (в зависимости от целей, мотивов и имеющихся социальных предпосылок), воздействие на правильность понимания событий населением.

Таким образом, кризисный дискурс направлен на доказательстве несостоятельности мнений и аргументов противника и дискредитация личности оппонента.

Самым действенным средством в достижении этой цели являются речевые манипуляции. В широком смысле под манипуляцией понимается психическое воздействие, которое производится тайно, вид психологического воздействия, исполнение которого ведет к скрытому возникновению у другого человека намерений, не совпадающих с существующими желаниями [22; с.155].

Речевая воздействие – это осуществляемое средствами коммуникации скрытое воздействие на человека, которое имеет целью изменение его эмоционально-психического состояния [12; с.88]. Говоря о методах речевого воздействия, необходимо подчеркнуть, что разные исследователи выделяют разный набор этих компонентов. Однако основные из них представлены ниже:

1. Преобразование информации. Это намеренное утаивание или искажение информации таким образом, чтобы сообщаемое содержание было воспринято необходимым для отправителя образом. Немалое

значение здесь приобретает момент подачи информации, например, в неудобное время или в неудобной обстановке.

2. Частичное освещение или избирательная подача материала - информация подается настолько неполно, что на самом деле присутствует лишь видимость передачи информации, а она не передается вовсе.

3. Информационная перегрузка - сознательное предоставление чрезмерного объема информации с целью лишить адресата возможности адекватно усвоить и верно оценить ее, таким образом, адресат, не имеющий доступа к информации, вынужден полагаться на ее официальную интерпретацию.

4. Использование секретности - преднамеренное утаивание информации, которая способна подорвать официальную политическую программу [47; с.76]. Речевое воздействие используется практически во всех сферах применения языка, но особенно активно - в предвыборных кампаниях, идеологической пропаганде, печатных и телевизионных СМИ, рекламе, обучении, психотерапии.

Наиболее ярко этот феномен проявляется в политической и экономической сферах из-за того, что их важными функциями являются регуляция и интеграция современного общества. Их выполнение зависит от способности политических органов влиять на сознание и психологию масс для одобрения и выполнения ими политических решений. Это требует постоянного совершенствования способов идейнопсихологического воздействия на сознание людей. Следует отметить, что методы речевого манипулирования в политике постоянно совершенствуются.

Специфика отбора языковых средств в кризисном дискурсе - во многом определяется расчетом на массовую, нейтральную в лингвистическом отношении, читательскую аудиторию. Лексический состав текстов довольно разнообразен. Более того, в англоязычных текстах зачастую встречаются метафоры, выделенные специальными

графическими средствами: при помощи кавычек, разрядки, курсива, прописных букв.

Собственно лингвистические механизмы прагматической адаптации текстов, рассматриваются также и в рамках переводческой проблематики. В условиях глобальной коммуникации англоязычные политические тексты становятся объектом перевода. При этом специфика массовой коммуникации обуславливает их неизбежную адаптацию в процессе межъязыкового перекодирования.

Для достижения переводческой эквивалентности необходимы различные типы преобразований текста. Очевидно, что при такой прагматической адаптации никогда не происходит детального совпадения содержательно-формальных аспектов двух различных текстов, текстовая модальность никогда не может быть реализована одинаково.

Выводы по первой главе

На основании рассмотренного теоретического материала были сделаны следующие основные выводы.

Дискурс имеет множество определений, но все они сводятся к тому, что он представляет собой коммуникативное событие, происходящее между говорящим и слушателем (наблюдателем и др.) в определенном временном, пространственном и других контекстах.

Важно заострить внимание на том, что данная речевая деятельность реализуется в тексте и обуславливается лингвистическими и внеязыковыми факторами, протекающая в определенном контексте и в рамках различных социальных групп.

Изучив разнообразные трактовки понятия «дискурс», мы углубились и рассмотрели особенности и характеристики непосредственно самого кризисного дискурса. «Кризисный дискурс» – воздействие на социум с целью побуждения определенных эмоций, направленное на доказательство

несостоятельности мнений и аргументов противника и дискредитация личности оппонента.

Часто характеристики других видов дискурса переплетаются с кризисным дискурсом, при этом происходит наложение особенностей, функций и целей в одном тексте. Кризисный дискурс часто граничит с педагогическим, юридическим, рекламным, спортивно-игровым, экономическим и, конечно, религиозным дискурсами.

Глава 2. ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КРИЗИСНОГО ДИСКУРСА В СМИ НА ОСНОВЕ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЫ

2.1 Анализ лексических особенностей англоязычной прессы

Проведенное нами исследование дискурса периода кризиса захватывает как сам пик кризиса 2020 года, так и период конца 2008 года, для изучения его динамики.

В рамках данного исследования в результате сплошной выборки нами были отобраны 93 статьи. Материалом для анализа послужили медиатексты за период 2008 и 2020 гг. из электронной версии американского журнала The Economist. С учетом просмотра сайта и электронной версии журнала The Economist, данный журнал считается одним из самым известных и просматриваемых изданий, рассчитываемых на широкую аудиторию разных социальных, возрастных и др. классов.

Проведенное нами исследование дискурса периода кризиса захватывает как сам пик кризиса 2020 года, так и период конца 2008 года, для изучения его динамики.

Для того, чтобы всесторонне изучить данный вопрос, мы рассмотрим лексические и стилистические особенности текстов периода 2008г и 2020г.

Так, в проведенном исследовании рассматривалась не только пассивная роль дискурса, который испытывает на себе влияние социальных, а также экономических изменений, но и конститутивная его роль, в качестве которой выступают тактики и стратегии авторов статей.

Данное исследование было проведено нами на материале англоязычной прессы, а именно статей, которые издавались в 2008-2020 гг. в журнале: "The Economist".

Всю массу лексики, употребленной в статьях 2008 года, можно поделить на 2 группы: единицы, которые отображают рост экономики и передающие оптимистичный настрой, например, «gain, boom, climb, boost, double, recovery, support, improvement» и единицы, которые отображают

спад и негативные настроения: «despair, unlucky, fall, decline, suffer, crash, disappoint, worried, wrong, catastrophe». Если рассматривать лексику второй подгруппы, то тут ясно, что ей отводится особое место в статьях периода кризиса.

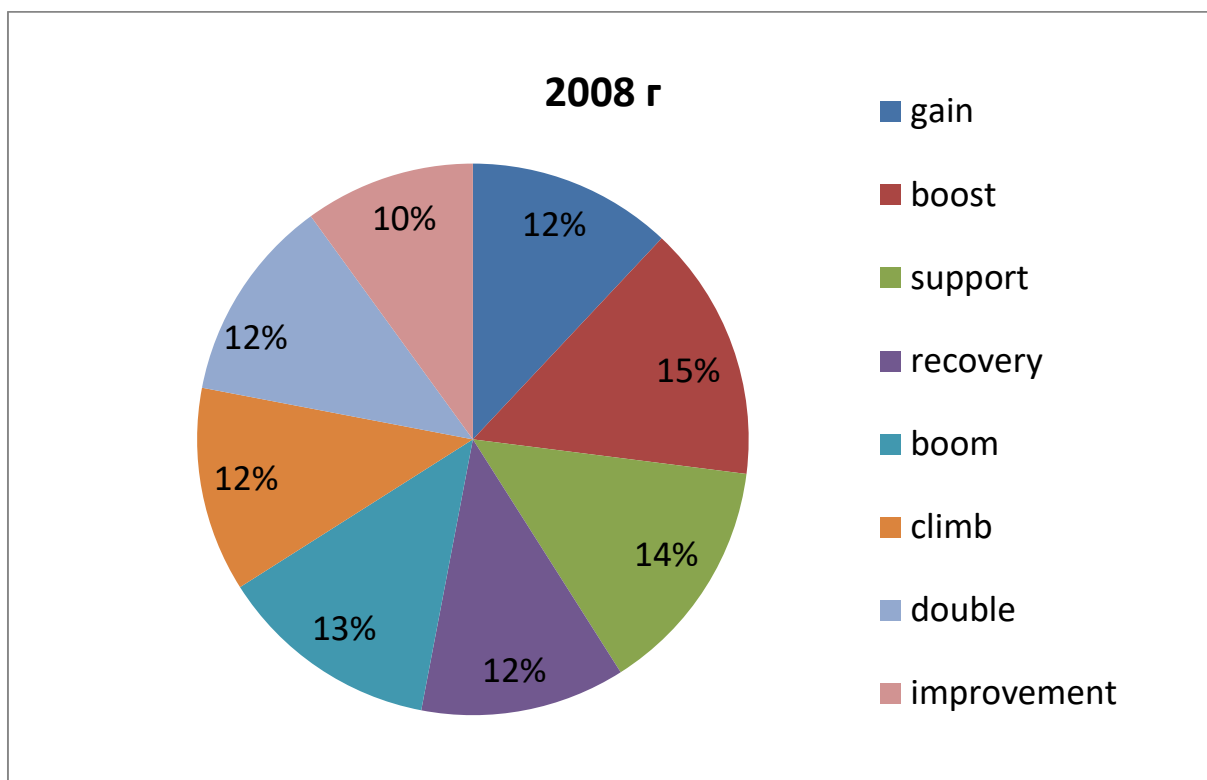


Рисунок 1 - Лексические единицы за 2008г, отображающие рост экономики.

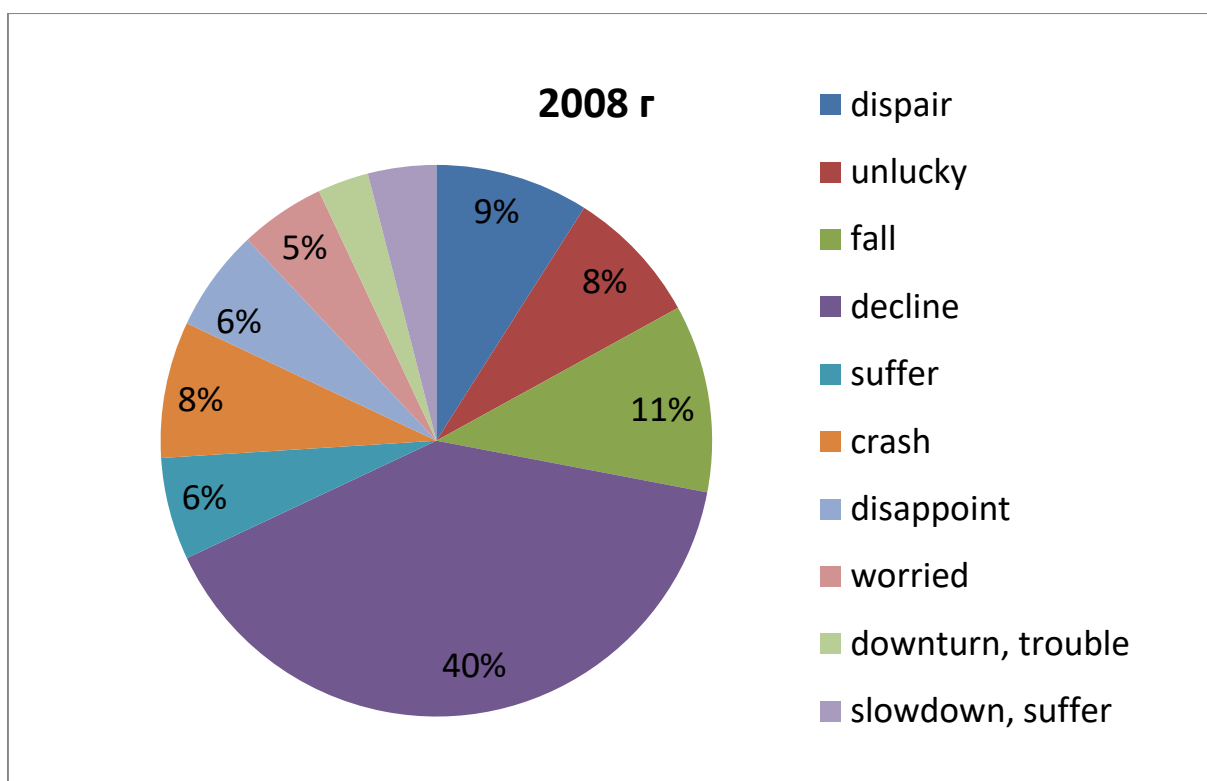


Рисунок 2 – Лексические единицы за 2008г, отображающие спад экономики

Так же нами были рассмотрены другие статьи журнала «The Economist» периода конца 2008 года. В ходе анализа данных статей было выявлено, что наиболее часто употребляется такая лексическая единица, как «decline». В каждой статье этого периода она встречается ни один раз. Также часто используются и другие единицы синонимического ряда «упадок» - «downturn, fall, cut, contract». Часто встречается и лексика, которая отражает реалии и пессимистичное настроение в период кризиса: «lay off, financial distress, pessimistic, sharp, shock».

Необходимо отметить, что лексические единицы, которые отражают спад в экономике, представляют около половины от всего количества отрицательно-окрашенных лексем во многих рассмотренных статьях тексте.

Из конструкций, которые выполняют функции воздействия и убеждения, представляется необходимым отметить сочетания с прилагательными и наречиями в сравнительной и превосходной степени –

«more pressing, more remarkably, most unlikely, the highest level», а также присоединение усилительных наречий к глаголу или прилагательному – «falling sharply, rebounded rapidly, hugely pessimistic».

Яркий пример такой структуры помещен в самое начало одной из статей: «The issue is all the more pressing because profits have been so strong in recent years». В приведенном выражении к обычной сравнительной конструкции также добавлен элемент «all» с определенным артиклем, который придает фразе обобщающий и усилительный характер. Автора в данном фрагменте задевает вопрос восприятия кризиса обществом.

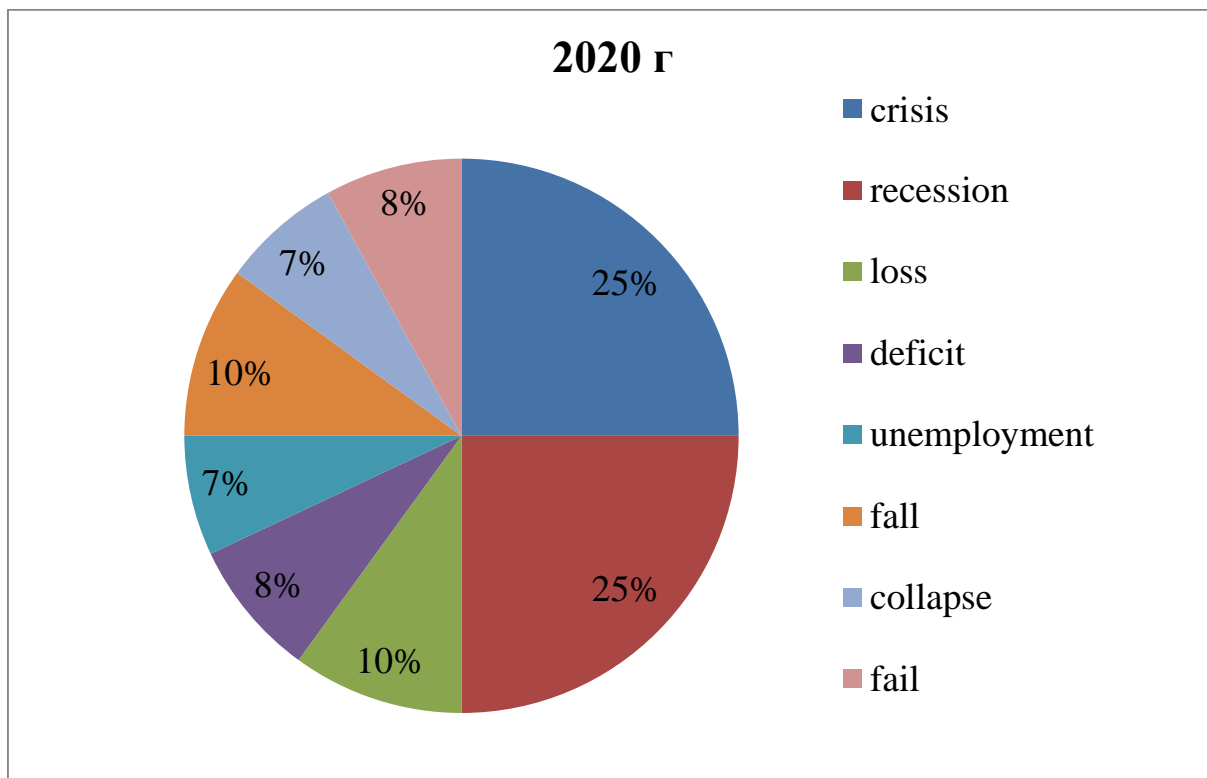
В рассмотренных статьях 2020 года в основном исторические отсылки не встречаются. И превалирует пессимистичный настрой в настоящем и прогнозы дальнейшего развития экономики. Дискурс именно периода кризиса отличается большим разнообразием.

Лексика, употребляемая в статьях 2020 года, достаточно привлекает наше внимание. Так по сравнению со статьями 2008 года в них гораздо чаще встречаются единицы, которые называют кризис и описывают его. Так, почти 50% статей имеют заголовки: «The Financial Times» и «The Wall Street Journal» содержат лексемы «crisis» и «recession». Winner from the crisis has clear aims; On Wall Street: Credit crisis is far from over; Eastern Europe and the Financial Crisis; Spanish recession tightens its grip. В статьях за 2008 г., как правило, в заголовках фигурируют метафоры или эвфемизмы: O give me a home; Plumbing new depths; How big is too big? Pain all round, please; Bad times ahead; Bigger, wider, deeper и т.д.

А в заголовках 2008 г. лексемы «crisis» и «recession» встречаются всего в 15 % случаев.

Похожая ситуация также присутствует и в самих статьях. Так, в статьях 2008 и 2020 гг. чаще всего употребляются единицы, которые отражают спад в экономической сфере: «cut, drop, fall, downturn, decline», а также единицы, которые сопоставляют кризисное время с разными заболеваниями: «rain, suffer, weak, recovery, paralysis».

Нами было рассмотрено 52 статьи 2020 года из журнала «The Economist» в ходе чего было установлено, что лексические единицы распределились следующим образом: crisis – 135, recession – 87, loss – 63, deficit – 51, unemployment – 36, fall – 33, collapse – 33, fail – 30.



В данных текстах встречаются также другие лексемы, которые в свою очередь тоже отражают упадок в экономической сфере: «downturn, contract, worse, trouble, drop, concern, slowdown, default, plunge, deterioration, decline, shock, suffer, weak, inflation, disaster, threaten, shrink, cut, panic» и др. Но количество каждой из этих лексем не превышает 20 употреблений в 52 рассмотренных нами статьях.

2.2 Анализ синтаксических особенностей англоязычной прессы

Основным аспектом сопоставления текстов и, следовательно, разворачивания интертекстуальности служат стилистические особенности. В отличие от результатов исследования лексики, в плане стилистики наблюдается обратная тенденция: по мере углубления кризиса (2020 г.) стилистических приемов становится меньше.

Таким образом, проанализировав 52 статьи 2020 года нами было выявлено лишь 122 случая использования стилистических приемов, в то время как в статьях 2008 г. (41 статья) было обнаружено 248 примеров применения различных изобразительно-выразительных средств. В основном такими приемами являлись тропы: ирония, метафора и гипербола.

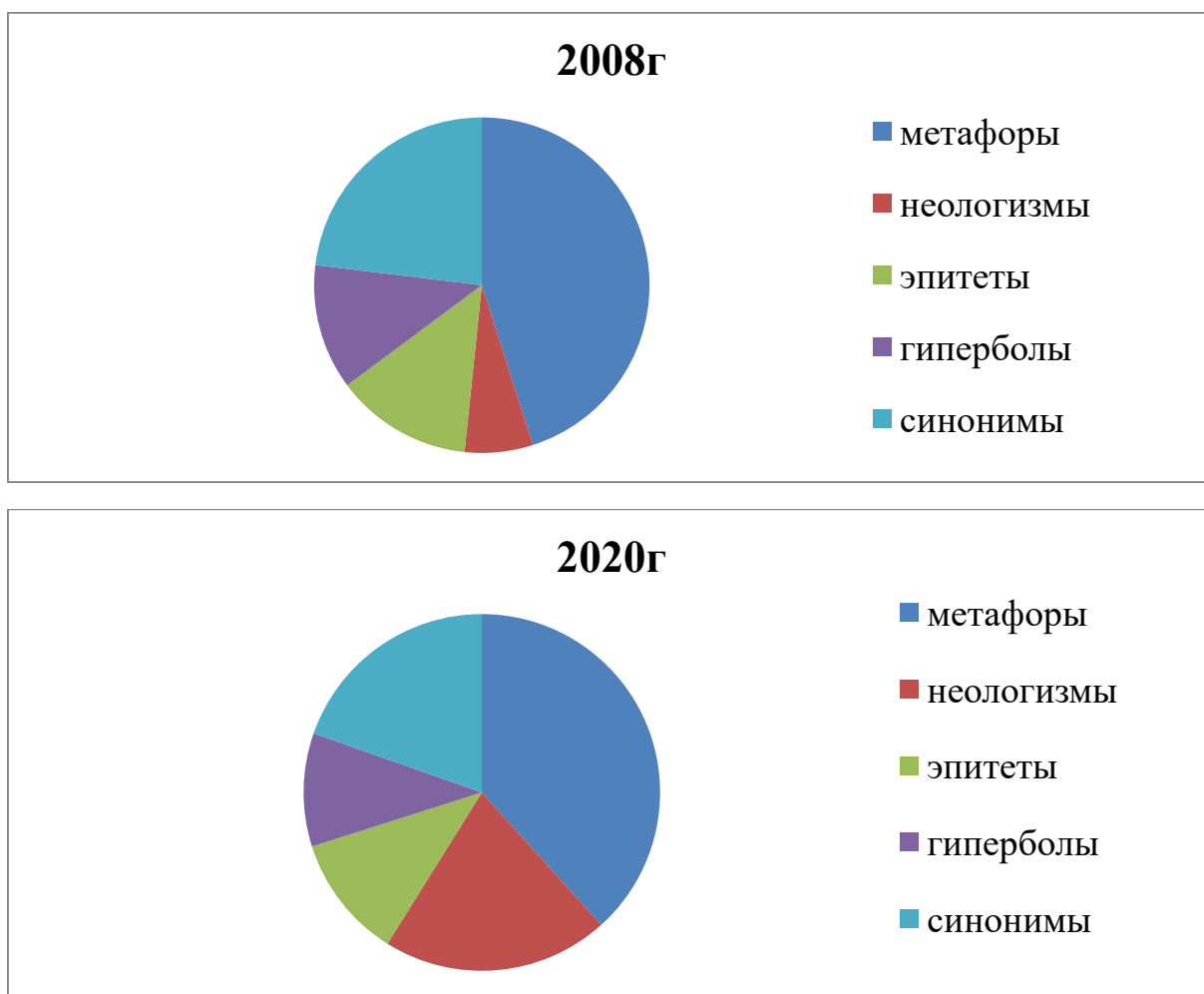


Рисунок 3 – Сравнение стилистических особенностей в статьях 2008 и 2020 гг.

Журнал “The Economist” рассчитан на достаточно широкую целевую аудиторию, для него характерно использование авторских стилистических приемов. Одним из наиболее ярких примеров метафорического представления кризиса можно считать статью журнала “The Economist” 2008 г. “Into the storm”, в которой производится сопоставление кризиса с природными катаклизмами и непогодой. В качестве примеров метафоры из

этого текста приведем следующие единицы: «tempest, the centre of the storm, to weather the storm, catastrophe».

Как уже было отмечено, статьи 2020 г. отличаются от дискурса 2008 г. менее ярким стилистическим оформлением. Даже тексты, опубликованные в ноябре-декабре 2008 г., уже характеризуются стилистической однородностью и нейтральностью. Тропы в них практически отсутствуют. Среди фигур речи достаточно часто появляется риторический вопрос: «But how great will the impact be and how much is already reflected in share prices? How much of this is priced into markets? What about between countries? Will This Crisis Produce a ‘Gatsby’? ». Нередко с целью эмпазы фигурирует лексический повтор: «Most companies have high fixed costs; once those costs are covered, profits can surge».

Из наиболее ярких стилистических приемов в статьях 2020 г. приведем следующие примеры: «France is ready to sign a death warrant, the distribution of this pain varies widely, bank’s health, it was like having a motorway without speed limits, as the world economy began to stumble».

А вот статьи начала 2008 года оформлены в рамках стилистики совсем иначе.

Рассмотрим одну из них в качестве примера. В заголовке статьи используется окказиональный вариант метафоры «bear market – the big bear». В данном случае происходит расширение компонентного состава метафоры за счет включения прилагательного «big», который привносит коннотацию длительности (затяжная фаза развития рынка с тенденцией к снижению курсов). Пессимистичные настроения инвесторов, переданные с помощью этого скрытого сравнения, в полной мере отражены в тексте статьи. Стоит отметить, что метафора «bear market», вследствие частотности употребления в экономических текстах, постепенно теряет образность и приобретает характер клише. По одной из версий, сочетание «bear market» (дословно «рынок медведей») возникло для описания фазы рынка с тенденцией к понижению курсов на том основании, что медведь

обычно прижимает свою жертву к земле. И наоборот, метафора «bull market» (дословно «рынок быков»), служит для обозначения стадии рынка с тенденцией к повышению курсов, в связи с тем, что бык поднимает своего врага на рога и подбрасывает его вверх.

В статье присутствует еще один яркий пример метафорического осмысления кризисной действительности: «That kind of paralysis is typical of a prolonged bear market». Длительный спад в экономике сопоставляется с параличом, поразившим тело человека. Такое сравнение выглядит очень убедительно.

В следующем фрагменте статьи используется аллюзия на популярный ежедневный американский комикс «The Peanuts», долгие годы печатаемый во многих изданиях и переводимый с английского на десятки языков, и одноименный мультсериал. «But bear markets behave rather like Lucy in the Peanuts cartoon strip. Just when Charlie Brown is persuaded to attempt to kick the football, she snatches it away. Just when investors are persuaded the bottom of a bear market has been reached, share prices slump once more». Недальновидность или просто невезение инвесторов при помощи аллюзии сопоставляются с действиями героев комикса и мультфильма.

Рассмотренный фрагмент статьи является ярким и насыщенным стилистическими приемами: аллюзия, ирония, синтаксический параллелизм и лексический повтор. Комбинация стилистических средств, из которых самым образным является, собственно, интертекстуальная отсылка к комиксу и мультфильму, привлекает внимание читателя, знакомого с реалиями американской кино- и газетной индустрии.

Из других изобразительно-выразительных средств необходимо отметить гиперболу: «It was the kind of grinding bear market that drove investors to despair». В данном примере автор пишет об отчаянии, которое охватывает инвесторов при виде буквально «изношенного» от постоянной

работы рынка «медведей» (от grind – «изнурительный труд, работа на износ»).

Среди фигур речи дважды в статье был зафиксирован синтаксический параллелизм: «They might be proved right in five years' time by buying now, but they fear being proved wrong (and losing their jobs) before Christmas; Equities were shunned in favour of alternatives such as government bonds (in the first half of the century) and property and commodities (in the inflationary second half)». В обоих случаях параллелизм способствует реализации экспликативной стратегии, в целом характерной для медиатекста. В первом предложении для эмпазы используется еще и лексический повтор.

По сравнению со статьями более позднего периода “The Big Bear” представляется наиболее яркой с точки зрения стилистических особенностей.

Стоит отметить, что яркие метафорические образы, реализованные через визуальный ряд, часто используются в семиотическом пространстве журнала «The Economist».

2.3 Методический комплекс для использования на уроках английского языка в средней школе

Мы предлагаем прочесть и изучить следующий текст в рамках прохождения нашей темы.

Мы выбрали наиболее подходящий текст и по темам УМК «Rainbow English» 10-11 и интересам для молодежи 10-11 классов.

Tighten your belt

South Africans must brace for harder times ahead

Feb 14th 2008 (Updated Feb 21st 2008) | JOHANNESBURG

DURING his annual state-of-the-nation speech earlier this month, President Thabo Mbeki acknowledged that many South Africans feel glum. Besides

political uncertainty and some high-level corruption cases, people are now worrying about the economy.

The Chamber of Commerce and Industry's latest survey shows that business confidence has slumped to levels last seen in 2003. Another poll near the end of last year, by Ipsos Markinor, revealed that just under half of South Africans thought the government was managing the economy well, a drop of 17 percentage points in a year. Last month's power cuts have also dented confidence.

Virtually all analysts reckon that the economy, after growing by an average of 5% or so in the past four years, will slow down this year. The government has announced that occasional blackouts will be necessary until July, when a plan that includes rationing and incentives to use less electricity kicks in. Blackouts forced mines to stop operating for a few days last month and have also hit manufacturing hard. But Standard Bank, one of the largest financial institutions, notes that sectors that do most to spur growth—services, wholesale and retail trade and construction—depend less on electricity than do manufacturing and mining.

But blackouts are not the only problem. The steady rise of interest rates, by four percentage points since April 2005, has hit businesses and also consumers, whose enthusiastic spending has sustained growth. The central bank has stepped on the brake to try to bring inflation, pushed up to 8.6% in December by rising oil and food prices, back into the 3-6% target band it left last April. But more expensive borrowing is flattening the sales of cars, houses and durable goods, as well as investment.

This is not good news, especially for the millions of poor and unemployed already hit by the rising prices of food and transport. But South Africa has weathered downturns and currency knocks before. It is in much better shape to withstand the blow, thanks to prudent macroeconomic policy. The budget has been in surplus, government debt has melted to about 30% of GDP, and foreign-exchange reserves have more than doubled since 2004. Mr Mbeki has called on South Africans to unite to meet the country's challenges. But plenty are packing their bags.

Традиционно в зарубежной и отечественной методической литературе принято выделять три этапа работы с текстом: предтекстовый, текстовый и послетекстовый.

Предтекстовый этап включает задания на осознание коммуникативной задачи в отношении чтения, снятие возможных языковых и социокультурных трудностей, развитие языковой и

контекстуальной догадки, актуализацию жизненного опыта учащихся по данной теме посредством смыслового прогнозирования содержания текста, актуализацию фоновых знаний. Отметим, что при использовании художественных текстов могут быть даны пояснения об эпохе создания текста, биографии, творческом пути автора.

Смысловое прогнозирование содержания текста включает:

- 1) предвосхищение содержания читаемого по заголовку;
- 2) предвосхищение содержания текста по иллюстративному материалу;
- 3) предвосхищение содержания с помощью выборочного чтения отдельных предложений, абзацев и выводов.

Формирование указанных умений прогнозирования обеспечивается выполнением специальных упражнений, особенно важными из которых представляются упражнения с заголовком. Общеизвестно, что заголовок является опорой для раскрытия темы, идеи, проблемы любого текста. В газетных текстах, по данным исследователей, более половины текстов характеризуются выраженной в заголовке темой; в текстах информационного жанра, к которым относятся научно-популярные и публицистические тексты, тема отражается в заголовке в подавляющем большинстве случаев. Таким образом, заголовок обобщает, концентрирует основное содержание текста. Однако прогнозирование содержания текста может осуществляться не только по заглавию, но и по первым предложениям и ключевым словам, что в дальнейшем может определять успешность понимания общего содержания текста и личностное восприятие содержащейся в нем информации. Приведем в качестве примера следующие задания:

- Внимательно посмотрите на иллюстрацию и определите, о чем может идти речь в тексте.
- Ознакомьтесь с таблицей, схемой, иллюстрацией и озаглавьте текст.

- По иллюстрации, схеме предложите несколько вопросов к тексту.
- Прочтите заглавие и скажите, в чем, по вашему мнению, основное содержание текста (о чем идет речь в тексте).
- Прочитайте заглавие к тексту. О чем текст? Выберите правильный вариант.
- Прочтите первый абзац текста, обращая внимание на ключевые слова. О чем пойдет речь далее?
- Прочтите рассказ до отмеченного в тексте места и предположите дальнейший ход событий.

Приведем примеры заданий:

1. Read the title and tell me what, in your opinion, is the main content of the text (what is it about in the text).

Tighten your belt

2. Read the first paragraph of the text, paying attention to the keywords. What will be discussed next?

DURING his annual state-of-the-nation speech earlier this month, President Thabo Mbeki acknowledged that many South Africans feel glum. Besides political uncertainty and some high-level corruption cases, people are now worrying about the economy. The Chamber of Commerce and Industry's latest survey shows that business confidence has slumped to levels last seen in 2003. Another poll near the end of last year, by Ipsos Markinor, revealed that just under half of South Africans thought the government was managing the economy well, a drop of 17 percentage points in a year. Last month's power cuts have also dented confidence.

После этапа, предваряющего чтение, наступает этап собственно чтения текста — **текстовый этап**. Данный этап предполагает решение коммуникативной задачи, поставленной на предыдущем этапе, и, соответственно, чтение с разной глубиной понимания и точности

проникновения в текст. Таким образом, цель данного этапа в том, чтобы выявить степень понимания текста.

Представим задания, которые могут быть предложены на данном этапе;

- Обведите предметы, о которых идет речь в тексте.
- Прочитайте текст. Выберите картинку, которая соответствует его содержанию.
- Прочитайте текст и нарисуйте...
- Прочитайте текст. Соотносятся ли ключевые слова с содержанием текста? Найдите слова, которые не являются ключевыми, и вычеркните их. Добавьте к списку слов другие ключевые слова из текста.
- На основе прочитанного текста заполните данную ниже ментальную карту, а затем сформулируйте основную мысль текста.
- Прочитайте текст и заполните таблицу.
- Прочитайте текст. Определите тему каждого абзаца. Подберите к каждому абзацу предложение, отражающее его тему. Обратите внимание, что одно предложение лишнее.
- Прочитайте абзац/текст и сформулируйте его основную мысль одним предложением.

Приведем примеры заданий:

1. Read the text and formulate its main idea in one sentence.

2. Read the text. Define the topic of each paragraph.

Select a sentence for each paragraph that reflects its topic. Please note that one sentence is superfluous:

- people are worried about the economic situation in the country
- survey results
- opinion of analysts
- power outage is not the only problem
- people are leaving the country

- good news for the unemployed

Послетекстовый этап имеет своей целью дальнейшее осмысление текста учащимися. Задания этого этапа направлены на извлечение главной информации, замысла автора, формирование своего отношения к изложенному.

Таким образом, на этом этапе работы могут быть предложены:

- задания, контролирующие понимание главной информации;
- задания, в которых та или иная значимая информация текста является объектом специального внимания и стимулом для речевой деятельности учащихся;
- задания поискового характера, связанные с нахождением дополнительной информации по заданию учителя;
- задания, стимулирующие высказывание учащихся по теме или ситуации, связанными с проблемами, обсуждаемыми в тексте;
- задания, направленные на актуализацию текста, т.е. соотнесение событий произведения с личным опытом читающего в самом широком смысле;
- задания, направленные на оценивание актуальности информации, ее нужности и востребованности.

Приведем примеры заданий:

1. Read the text. Which sentence expresses the author's point of view?

2. Do you share the author's point of view? Do you agree or not?

Why? What facts from the text do you agree/disagree with? Why?

3. Express your attitude to the statements using speech clichés:

It could be said that ... (Можно сказать, что ...)

It seems clear to me that ... (Мне кажется ясным, что ...)

It would seem to me that ... (Мне кажется, что ...)

My initial reaction is ... (Моя первоначальная реакция ...)

As far as I'm concerned... (Насколько я могу судить...)

Таким образом, Прилагается пример с 1 текстом, но данный комплекс может применяться ко всем текстам.

Коммуникативная направленность заданий заключалась в том, что обучающие выражали собственное мнение и обменивались мнениями с одноклассниками.

Принципы, на основе которых был составлен данный комплекс заданий:

-Иерархичность. От уровня слова, фразового единства мы выходили на целый текст

-Постепенное усложнение заданий от простого к сложному

-Взаимосвязанность заданий, каждое задание вытекало из предыдущего и основывалось на аналогичных лексических и грамматических единицах.

Мы составили комплекс упражнений по лексике нашей темы и заданий, отличающихся творческой речевой направленностью

Вывод по второй главе

Как было установлено в процессе исследования, кризисный дискурс охватывает все сферы жизни общества. Так как в современном обществе СМИ являются источником не только информации, но и средством интерпретации действительности, то они активно используются властями для управления обществом и для достижения политических и экономических целей путем «эксплуатации» кризисной ситуации.

Источники кризисных сообщений – политическое сообщение, массмедийное (медийное), кризисные сообщения аппаратной коммуникации, сообщения о кризисах профессиональной и научной направленности, сообщения, созданные «простыми гражданами», сообщения семейно-бытового общения – позволяют воздействовать на максимально широкие слои общества с целью формирования общей картины мира.

Поскольку картина мира формируется в результате восприятия «виртуальной» информации, ретранслируемой в СМИ, то представления о мире поддаются корректировке, а реальность читателя подвергается коммуникативному воздействию. Именно кризисы становятся декорацией для такого воздействия со стороны политических, экономических, социальных сил на все слои общества, так как охватывают разные сферы жизни социума. Любой кризис идеологизируется, жанры кризисного дискурса – социальный кризис, экономический, гуманитарный, естественный, техногенный и психологический кризисы – используются для формирования картины мира, политических спекуляций и реализации политических и экономических целей.

Такие функции кризисного дискурса, как социальный контроль, социальная солидарность, социальная дифференциация, способствуют сплочению или разъединению общественных групп. Фатическая, информационноориентационная, воздействующая, агональная, акциональная функции позволяют привлечь внимание и контролировать массовое сознание, а ценностно-формирующая/ценностно-корректирующая функция дает возможность оказывать манипулятивное воздействие. Все это способствует идеологизации массового сознания в кризисной ситуации [1, 7, 9, 13, 14, 15].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В теоретической главе нашего исследования, на основе имеющихся статей, посвященных дискурсу, мы изучили несколько его понятий и выяснили, что дискурс – это любые формы речевого взаимодействия между людьми. Ученые предпринимали большое количество попыток для объяснения этого феномена. Такое разнообразие определений связано с таким фактором, как принадлежность ученых к разным сферам науки. Именно поэтому в нашей квалификационной работе мы рассмотрели такое понятие как «дискурс». Экономический дискурс может быть

охарактеризован как специфичная разновидность дискурса со своей системой и организацией. С понятием экономического дискурса современное общество встречается ежедневно. Однако в процессе коммуникации может возникнуть ряд трудностей. Такие сложности обусловлены тем, что основная цель адресанта при передаче информации заключается в ясном донесении сообщения, понятного одному или нескольким реципиентам, так как двойственное понимание послания говорящего может привести к его невыполненной первоначальной задаче, т.е. не достигнет перлокутивного эффекта.

Важным для исследования является положение о том, что в данной квалификационной работе, мы остановились именно на исследовании экономических текстов (тексты экономических кризисов 2008 года и 2020 года). На наш взгляд такие экономические тексты в большей степени продемонстрировали богатство лингвистических особенностей языка в ситуации экономического кризиса. В результате изучения был получен материал, анализ которого позволил заключить, что основными целями экономического текста являются: воздействующая, социальная и информационная. В результате изучения англоязычных текстов мы подтвердили нашу гипотезу о значительном различии использования в речи тех или иных лингвистических особенностей в период экономического кризиса 2008 и 2020гг. Использование большого количества лексико-стилистических и синтаксических средств усиливает экспрессивное воздействие речи текстов в период кризиса и выполняет одну из важнейших функций медиадискурса – обращает внимание слушателей или же читателей и, следовательно, вызывает интерес к его речи. Все вышесказанное убеждает нас в том, что очевидна взаимозависимость между экономикой и социолингвистикой. Исследование проводилось на материале англоязычного журнала: The Economist. В этом издании содержатся аутентичные экономические тексты последних 10 лет.

В первую очередь мы рассмотрели различные лексические приемы, используемые в экономическом дискурсе, так, мы встретили такие приемы, как метафора. Полагаясь на классификацию, мы выявили, что в экономическом дискурсе большим успехом пользуются такие разряды экономической метафоры, как артефактный и антропоморфный. Мы пришли к выводу, что увеличилось количество образов, связанных с метафорическим использованием наименований частей человеческого тела, его органов и физиологических действий, что раскрывает антропоморфная метафора. Наше предположение было подтверждено, несмотря на то, что выборка была ограничена экономическими текстами за последние 10 лет, однако, это дает перспективы для дальнейшего исследования.

Таким образом, можно заключить, что в период кризисных экономических ситуаций авторы чаще всего прибегают к лексическим и синтаксическим языковым средствам языка, в то время как в периоды стабильной экономической ситуации в высказываниях в основном преобладают морфологические особенности. В кризисный период акцент на лексико-синтаксические особенности, например: метафоры, метонимии, иронии, эвфемизмов, использование терминологии и др. обуславливается намерением усилить коммуникативную и экспрессивную значимость предложения и убедить адресата, подтолкнуть его к принятию точки зрения автора, что так важно в экономике. В то время как на морфологическом уровне использование вопросительных (в том числе и риторических) и восклицательных и повелительных предложений, страдательного залога номинализации и других лингвистических морфологических приемов помогает наиболее живо и ярко осветить экономические заявления, комментировать экономические новости в условиях стабильной экономической ситуации. Перспективы дальнейшего исследования проблемы мы видим в сравнительном анализе и

классификации лингвистических особенностей экономических текстов РФ и других стран.

Список используемых источников

1. Николаева Т.М. Краткий словарь терминов лингвистики. - М.: Прогресс, 1978. -480 с.
2. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М., 2004.
3. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003.
4. Ткаченко Р. В. Анализ дискурсивных практик в философии Мишеля Фуко // Вюник СевНТУ: Зб. наук. пр. Серия: Философия. Севастополь, 2011. Вип. 115/2011.
5. Чепкина Э. В., Енина Л. В. Журналистский дискурс: анализ практик // Изв. Урал. гос. ун-та. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2011. № 2 (89). С. 76-85.
6. Борботько В.Г. Элементы теории дискурса. - Грозный: Изд-во Чечено-Ингуш. гос. ун-та, 1981. - 113 с.
7. Карасик В.И. Религиозный дискурс // Языковая личность: проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики: Сб. науч. тр. - Волгоград: Перемена, 1999. - С. 5-19.
8. Гийому Ж., Мальдидье Д. О новых приёмах интерпретации, или проблема смысла с точки зрения анализа дискурса // Квадратура смысла. - М.: Прогресс, 1999. -С. 124-136.
9. Орлов Г.А. Современная английская речь. - М.: Высш. шк., 1991. - 240 с.
10. Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. - М.: Прогресс, 1989. - 310 с.
11. Демьянков В.З. Доминирующие лингвистические теории в конце XX века // Язык и наука конца XX века. - М.: Ин-т языкознания РАН, 1995. - С. 239-320.

12. Ван Дейк Т.А. К определению дискурса. - Л.: Сэйдж пабликэйшнс, 1998. - 384 с.
13. Степанов Ю.С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца XX века: Сб. ст. / Под ред. Ю.С. Степанова. - М.: РГГУ, 1995. -С. 35-73.
14. Алефиренко Н. Ф. Когнитивно-дискурсивная парадигма языкового знака // Язык. Текст. Дискурс: научный альманах. Ставрополь: Ставропольский гос. пед. ин-т, 2009. Вып. 7. С. 7-17.
15. Дейк Т. А. ван, Кинч В. Стратегии понимания связного текста // Новое в зарубежной лингвистике / пер. с англ. М.: Прогресс, 1988. Вып. XXIII. Когнитивные аспекты языка. С. 153-211.
16. Дзялошинский И. М. Проективная деятельность в структуре журналистского творчества [Электронный ресурс] // Деловая пресса России: настоящее и будущее.
17. URL:<http://www.dzyalosh.ru/01-comm/books/delov-prensa/3-dzylochinskii.html>
18. URL:<https://www.economist.com/weeklyedition/2008-11-15>
19. URL:<https://www.economist.com/leaders/2008/01/03/aspirin-not-morphine>
20. URL:<https://www.economist.com/finance-and-economics/2008/03/13/grossly-distorted-picture>
21. URL:<https://www.economist.com/news/2008/01/10/kenyas-fragile-economy>
22. URL:<https://www.economist.com/finance-and-economics/2008/09/04/down-but-not-out>
23. URL:<https://www.economist.com/leaders/2008/01/10/a-long-slog>
24. URL:<https://www.economist.com/weeklyedition/2008-07-26>
25. URL:<https://www.economist.com/business/2008/10/16/meanwhile-in-the-real-economy>

26. URL: <https://www.economist.com/media/pdf/meltdown-iceland-boyes-e.pdf>
27. URL: <https://www.economist.com/news/2008/10/20/economies-of-scale-and-scope>
28. URL: <https://www.economist.com/weeklyedition/2008-03-15-0>
29. URL: <https://www.economist.com/news/2008/11/18/japan-in-recession>
30. URL: <https://www.economist.com/news/2008/11/12/crisis-management-in-mexico>
31. URL: <https://www.economist.com/britain/2008/11/24/a-shot-in-the-arm>
32. URL: <https://www.economist.com/special-report/2008/09/20/ins-and-outs>
33. URL: <https://www.economist.com/weeklyedition/2008-11-29>
34. URL: <https://www.economist.com/special-report/2008/11/08/in-search-of-a-new-economy>
35. URL: <https://www.economist.com/leaders/2008/07/03/britains-sinking-economy>
36. URL: <https://www.economist.com/finance-and-economics/2008/12/30/diagnosing-depression>
37. URL: <https://www.economist.com/asia/2008/11/10/china-seeks-stimulation>
38. URL: <https://www.economist.com/briefing/2008/04/10/the-long-hangover>
39. URL: <https://www.economist.com/finance-and-economics/2008/10/09/kreppanomics>
40. URL: <https://www.economist.com/finance-and-economics/2008/09/11/paulsons-pluck>
41. URL: <https://www.economist.com/weeklyedition/2008-10-25-0>
42. URL: <https://www.economist.com/leaders/2008/10/16/capitalism-at-bay>
43. URL: <https://www.economist.com/united-states/2008/02/07/the-geography-of-recession>
44. URL: <https://www.economist.com/leaders/2008/12/18/fare-well-free-trade>

45. URL: <https://www.economist.com/finance-and-economics/2008/11/06/the-global-slumpometer>
46. URL: <https://www.economist.com/economic-and-financial-indicators/2008/02/28/patent-filings>
47. URL: <https://www.economist.com/leaders/2008/12/11/suddenly-vulnerable>
48. URL: <https://www.economist.com/weeklyedition/2008-08-16>
49. URL: <https://www.economist.com/middle-east-and-africa/2008/02/14/tighten-your-belt>
50. URL: <https://www.economist.com/weeklyedition/2008-10-04>
51. URL: <https://www.economist.com/briefing/2008/11/13/reflating-the-dragon>
52. URL: <https://www.economist.com/leaders/2008/12/18/fare-well-free-trade>
53. URL: <https://www.economist.com/finance-and-economics/2008/07/03/the-domino-effect>
54. URL: <https://www.economist.com/briefing/2008/02/14/americas-splurge>
55. URL: <https://www.economist.com/news/2008/09/29/outsourcing>
56. URL: <https://www.economist.com/news/2008/06/04/south-africas-economy>
57. URL: <https://www.economist.com/briefing/2008/12/11/cracks-in-the-crust>
58. URL: <https://www.economist.com/leaders/2008/10/23/into-the-storm>
59. URL: <https://www.economist.com/asia/2009/02/12/mirror-mirror-on-the-wall>
60. URL: <https://www.economist.com/leaders/2009/11/12/brazil-takes-off>
61. URL: <https://www.economist.com/news/2009/07/27/the-cost-of-swine-flu>
62. URL: <https://www.economist.com/international/2009/02/19/turning-their-backs-on-the-world>
63. URL: <https://www.economist.com/finance-and-economics/2009/04/02/the-incredible-shrinking-economy>

64. URL: <https://www.economist.com/international/2009/06/18/not-just-straw-men>
65. URL: <https://www.economist.com/leaders/2009/02/05/the-return-of-economic-nationalism>
66. URL: <https://www.economist.com/asia/2009/01/22/strong-as-an-ox>
67. URL: <https://www.economist.com/united-states/2010/04/15/when-did-it-end>
68. URL: <https://www.economist.com/special-report/2009-12-05>
69. URL: <https://www.economist.com/briefing/2009/05/07/vive-la-difference>
70. URL: <https://www.economist.com/weeklyedition/2009-01-31>
71. URL: <https://www.economist.com/special-report/2009/10/03/the-long-climb>
72. URL: <https://www.economist.com/britain/2009/02/12/britains-fallen-star>
73. URL: <https://www.economist.com/news/2009/05/29/venezuelas-economy>
74. URL: <https://www.economist.com/weeklyedition/2009-10-17>
75. URL: <https://www.economist.com/graphic-detail/2019/07/02/americas-economic-expansion-is-now-the-longest-on-record>
76. URL: <https://www.economist.com/middle-east-and-africa/2009/02/12/tough-times-ahead>
77. URL: <https://www.economist.com/free-exchange/2009/07/24/rebalancing-the-economy>
78. URL: <https://www.economist.com/weeklyedition/2009-01-17>
79. URL: <https://www.economist.com/leaders/2009/10/01/after-the-storm>
80. URL: <https://www.economist.com/the-americas/2009/02/19/stimulating>
81. URL: <https://www.economist.com/node/21522736/sources-and-acknowledgments>
82. URL: <https://www.economist.com/briefing/2009/06/04/a-new-sick-man>
83. URL: <https://www.economist.com/asia/2009/02/19/cold-medicine>
84. URL: <https://www.economist.com/leaders/2009/12/17/the-great-stabilisation>

85. URL: <https://www.economist.com/finance-and-economics/2009/01/08/stumble-or-fall>
86. URL: <https://www.economist.com/special-report/2009/10/03/a-fine-balance>
87. URL: <https://www.economist.com/finance-and-economics/2009/08/20/late-starter>
88. URL: <https://www.economist.com/united-states/2009/04/02/a-faint-sound-of-applause>
89. URL: <https://www.economist.com/finance-and-economics/2009/03/06/what-went-wrong>
90. URL: <https://www.economist.com/news/2009/02/11/italys-debt-burden>
91. URL: <https://www.economist.com/leaders/2009/09/17/economic-vandalism>
92. URL: <https://www.economist.com/asia/2009/07/16/a-fine-balancing-act>
93. URL: <https://www.economist.com/business/2009/05/26/beware-the-beijing-model>
94. URL: <https://www.economist.com/special-report/2009-10-03>
95. URL: <https://www.economist.com/finance-and-economics/2009/04/16/bamboo-shoots-of-recovery-1>
96. URL: <https://www.economist.com/briefing/2009/01/22/when-a-flow-becomes-a-flood>
97. URL: <https://www.economist.com/finance-and-economics/2009/11/19/the-states-take>
98. URL: <https://www.economist.com/europe/2009/07/16/fund-management>
99. URL: <https://www.economist.com/leaders/2009/02/12/the-obama-rescue>
100. URL: <https://www.economist.com/news/2009/01/13/felipe-calderon-and-barack-obama-meet>
101. URL: <https://www.economist.com/leaders/2009/06/04/red-square-blues>

102. URL:<https://www.economist.com/europe/2009/03/26/gyurcsany-goes>
103. URL:<https://www.economist.com/finance-and-economics/2009/09/24/much-ado-about-multipliers>
104. URL:<https://www.economist.com/weeklyedition/2009-03-14-0>
105. URL:<https://www.economist.com/finance-and-economics/2009/07/30/the-spend-is-nigh>
106. URL:<https://www.economist.com/asia/2009/12/03/vroom-vroom>
107. URL:<https://www.economist.com/asia/2009/09/24/v-not-yet-for-victory>
108. URL:<https://www.economist.com/news/2009/08/13/improving-prospects>
109. URL:<https://www.economist.com/finance-and-economics/2009/12/30/to-lose-one-decade-may-be-misfortune>
110. URL:<https://www.economist.com/news/2009/03/30/complacent-in-poland>