



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

ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ  
КАФЕДРА АНГЛИЙСКОЙ ФИЛОЛОГИИ

**Элементы медицинского дискурса в медийном дискурсе**

**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:  
75 % авторского текста  
Работа рекомендована к защите  
«15» июня 2023 г.  
зав. кафедрой английской  
филологии Афанасьева О.Ю.

Выполнил:  
Студент группы ОФ-503/091-5-1  
Виноградова Екатерина Сергеевна

Научный руководитель:  
кандидат филологических наук, доцент  
Курочкина Мария Анатольевна

Челябинск  
2023

## СОДЕРЖАНИЕ

<u>ВВЕДЕНИЕ</u> .....	3
<u>ГЛАВА 1. МЕДИЦИНСКИЙ ДИСКУРС В МАСС-МЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ</u> .....	9
<u>1.1. Медиадискурс: функции, структура, содержание</u> .....	9
<u>1.2. Политический и экономический дискурсы в контексте массмедийного дискурса</u> .....	16
<u>1.3. Медицинский дискурс как объект лингвистических исследований</u> .....	22
<u>1.4. Медиатизация медицинского дискурса</u> .....	27
<u>Выводы по первой главе</u> .....	32
<u>ГЛАВА 2. ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ МЕДИЦИНСКОГО ДИСКУРСА В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МАСС-МЕДИЙНОМ ТЕКСТЕ</u> .....	34
<u>2.1. Тематическая классификация элементов медицинского дискурса</u> .....	34
<u>2.2. Лексические маркеры медицинского дискурса в медийных текстах экономической и политической тематики</u> .....	42
<u>2.3. Стилистические маркеры медицинского дискурса в медийных текстах</u> .....	52
<u>2.4. Лингводидактический потенциал массмедийных текстов с элементами медицинского дискурса</u> .....	63
<u>Выводы по второй главе</u> .....	74
<u>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</u> .....	77
<u>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ</u> .....	80

## ВВЕДЕНИЕ

На рубеже XX - XXI веков возрос интерес исследователей к изучению языка и стиля медийных текстов. Это не случайно, потому что масс-медиа принимают активное участие в жизни общества, формируя общественное мнение, создавая определенный идеологический фон, пропагандируя систему ценностей. Иными словами, в современную эпоху средства массовой информации выполняют важную социально-общественную функцию.

Необходимость лингвистического изучения медийного текста возникла давно. Еще в советскую эпоху такие языковеды, как И.В. Арнольд, И.Р. Гальперин, М.Н. Ким, М.Н. Кожина, В.Г. Костомаров, О.А. Крылова, Д.Э. Розенталь, Г.Я. Солганик и другие, внесли существенный вклад в разработку теории публицистического стиля, изучая структуру, композицию, средства языковой выразительности газетно-журнальных публикаций.

Большой вклад в исследование текстов масс-медиа, как позже стали именовать СМИ, внесла Т.Г. Доброслонская, создавшая на основе своих исследований новое научное направление – медиалингвистику, инструментом анализа которого является медиатекст. Основные положения своей теории данный исследователь изложила в фундаментальной работе «Вопросы изучения медиатекстов» [2010], затрагивающей особенности композиции, структуры и языка англоязычных средств массовой информации, закономерности построения их текстов.

Проблемами функционирования языка в сфере массовой коммуникации занимались и зарубежные ученые, среди которых Теун ван Дейк, Алан Белл, Мартин Монтгомери, Норман Фейеклаф.

Однако, исследуя языковой потенциал медийного дискурса, лингвисты, как правило, забывают о многожанровости и разноплановости медийных текстов. А ведь медийные тексты отражают специфику других дискурсов: экономического, педагогического, информационно-технического, политического и др.

В последние годы на арену медийного пространства вышла популяризация медицинских знаний, в связи с чем в масс-медийных текстах находит свою реализацию медицинский дискурс, который ранее был задействован только в научно-профессиональной сфере. В настоящее время элементы медицинского дискурса можно встретить не только на страницах специализированных печатных и онлайн изданий, но и обнаружить в публикациях, отражающих самые различные области человеческой деятельности. Однако, медиатизация медицинского дискурса по-прежнему не исследована, о чем говорит небольшое количество научных работ, посвященных взаимоотношениям медийного и медицинского дискурсов. Среди них – статья О.И. Таюповой «Медиамедицинский дискурс как объект лингвистического исследования» [2019], написанная на материале современной немецкой журнальной периодики. Учитывая тот факт, что англоязычный медицинский дискурс, ставший частью масс-медиа, не нашел своего научного осмысления ни в зарубежной, ни в отечественной лингвистике, мы решили выявить и описать элементы медицинского дискурса в масс-медийных текстах.

Актуальность данного исследования обусловлена не только увеличением интереса граждан современного общества к своему здоровью, но и тем, что любой масс-медийный текст может стать носителем медицинской информации, вербализуемой посредством разнообразных лингвостилистических маркеров. Медицинский дискурс является средством создания экспрессивности для других видов дискурса. Он представляет проблемы области здоровья человека, а метафорически – проблемные сферы той области, для репрезентации которой он используется. В метафорическом преломлении медицинский дискурс обладает интенсивностью, оценочностью, образностью. Кроме того, в процессе исследования элементов медицинского дискурса в контекстах вышеупомянутых медиадискурсов мы пришли к выводу, что этот аспект дискурсного анализа может быть использован в процессе изучения английского языка в старших классах

средней школы в процессе изучения таких тем, как “Health” и “Mass-media”, что выводит на новый уровень процесс формирования языковых навыков у школьников.

Объектом данного исследования является медицинский дискурс.

Предмет исследования – языковые элементы медицинского дискурса, реализуемые в масс-медийных текстах экономической и политической направленности.

Цель работы – выявление и анализ лингвостилистических маркеров медицинского дискурса в англоязычных экономических и политических медиатекстах и определение их значимости для всего масс-медийного пространства.

В процессе исследования нами были поставлены следующие задачи:

- раскрыть сущность понятий «медиа-дискурс» и «медицинский дискурс»;
- осветить вопрос изучения политического и экономического дискурсов в лингвистике;
- выявить особенности медиатизации медицинского дискурса;
- определить лексические маркеры медицинского дискурса в англоязычных экономических и политических медийных текстах;
- выявить стилистические выразительные средства в англоязычных экономических и политических медийных текстах, соотносимых с медицинским дискурсом;
- предложить комплекс упражнений, связанный с использованием медиаматериалов экономического и политического дискурсов на уроках английского языка.

Материалом исследования послужили публицистические материалы, опубликованные на Интернет-сайтах таких онлайн-изданий, как “The American Conservative”, “American Thinker”, “The Economist”, “Entrepreneur”, “Forbes”, “Insider”, “The National Interest”, “The New York Times”, “The Time”, из которых мы выбрали 126 контекстов, в которых присутствуют элементы

медицинского дискурса. Общее количество рассмотренных нами статей – 800 единиц.

Теоретическая значимость данного исследования обеспечивается тем, что в нем рассматривается взаимосвязь медийного, экономического и политического дискурсов с медицинским дискурсом, позволяющая в процессе анализа лингвостилистических средств английского языка определить некоторые тенденции в актуализации воздействующей функции зарубежной медийной публицистики. Результаты исследования способствуют развитию таких научных направлений как лингвистика текста, стилистика и теория дискурса, обогащая их новыми данными.

Практическая ценность дипломной работы заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы в качестве иллюстративного материала на уроках английского языка либо факультативных занятиях в средней школе, а также на практических занятиях курсов медиалингвистики и интерпретации медийного текста.

Научная новизна исследования заключается в определении и комплексном анализе лексико-стилистических средств медицинской семантики, функционирующих в англоязычных публикациях медиа дискурса экономической и политической направленности, а также в открытии их дидактического потенциала.

Теоретической базой исследования являются фундаментальные труды отечественных и зарубежных исследователей в области общей лингвистики (Э. Бенвенист, О.С. Иссерс, Т.Г. Карымшакова, В.В. Красных, Т.М. Николаева); дискурса и медиадискурса (Е.С. Абрамова, Л.Г. Антонова, В.В. Богуславская, Е.В. Горбачева, Т.Г. Добросклонская, Т.А. Евтушина, М.В. Ерещенко, М.Ю. Казак, В.И. Карасик, Л.Г. Лисицкая, Е.Ю. Махтицкая, Г.С. Мельник, Н.Н. Миронова, Г.А. Наминова, Г.Б. Овчарова, О.Ф. Русакова, Г.Я. Солганик, О.В. Сулина, В.Е. Чернявская, А.П. Чудинов, С.В. Чертоусова, Е.И. Шейгал, А.А. Шереметьева); медицинского дискурса и медицинской коммуникации ((М.И. Барсукова, Е.Ю. Васильева, А.А. Ефанов, Н.В.

Ефремова, М. Желязовска-Собчик, О.П. Касымова, М.П. Кожарнович, Ф.Л. Косицкая, Ж.Н. Макушева, М.М. ван Наэрсен, И. Таавитсайнен, О.И. Таюпова, Дж.М. Уилсс); политического дискурса (А.П. Чудинов, О.В. Сулина, Е.В. Горбачев, Г.А. Наминова, Ю.С. Степанов, Е.И. Шейгал); экономического дискурса (А.А. Шереметьева, Т.А. Евтушина, Н.А. Ковальская, Е.Ю. Махницкая, Е.С. Куликова).

Методика исследования базируется на коммуникативно-функциональном подходе и включает теоретический анализ специальной литературы по теме исследования, подбор текстов, подлежащих анализу, с применением таких методов, как метод дискурсивного анализа, метод концептуального анализа, дескриптивный метод, метод интерпретации текста, метод когнитивного моделирования, статистический метод, контекстологический метод и методико-педагогическое конструирование.

Структура работы состоит из введения, двух глав, выводов по главам, заключения и списка использованной литературы.

Во введении раскрываются общие теоретические положения выбранной темы, раскрывается ее актуальность, формируется цель, задачи, объект, предмет, методы исследования, новизна, теоретическая и практическая значимость.

Первая глава посвящена теоретическим аспектам медиадискурса и вопросам взаимосвязи медиадискурса с медицинским дискурсом.

Во второй главе проводится исследование на предмет выявления лингвостилистических элементов медицинского дискурса в массмедийных текстах экономической и политической тематики. В данной главе также предлагается комплекс упражнений для работы на уроке с использованием медиаматериалов, в которых функционируют элементы медицинского дискурса.

В заключении подводятся итоги данного исследования и делаются выводы по всему изложенному материалу.

На защиту выносятся следующие **положения**:

1) ведущим лексико-семантическим полем медицинского дискурса, представленным в экономическом и политическом дискурсах, являются: ЛСГ «Заболевания», ЛСГ «Медицинские работники и пациенты», ЛСГ «Лекарства», ЛСГ «Лечение». Менее представленными – ЛСГ «Медицинская аппаратура и инвентарь», ЛСГ «Медицинские учреждения».

2) в политическом дискурсе преобладает использование элементов медицинского дискурса вторичной косвенной номинации, тогда как в экономическом дискурсе соотношение первичной и вторичной номинации практически равнозначное. Этот факт подчеркивает более высокий экспрессивный потенциал элементов медицинского дискурса в политическом дискурсе.

3) анализ стилистического аспекта функционирования элементов медицинского дискурса в политическом и экономическом медиадискурсах указывает на ярко выраженные функции образности, экспрессивности, оценочности, создаваемые приемами метафоры, эпитета, иронии, оксюморона и каламбура на их основе.

4) медиатексты экономической и политической тематики, в структуру которых входят элементы медицинского дискурса, можно эффективно использовать в процессе преподавания английского языка, так как они обладают богатым лингводидактическим потенциалом. Что позволяет нам предложить комплекс упражнений.

# ГЛАВА 1. МЕДИЦИНСКИЙ ДИСКУРС В МАСС-МЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

## 1.1. Медиадискурс: функции, структура, содержание

Сложность языковой системы обусловила обращение исследователей к разным ее аспектам: как в формальном, так и в семантическом и функциональном отношениях. В середине XX в. изучение языка приобрело комплексный характер, лингвисты стали все чаще обращаться к специфике языковых единиц, обусловленной целями коммуникации. В сферу интересов лингвистики стали включать ситуацию общения, социально-психологические характеристики ее участников, их мировоззрение. Так сформировалась дискурсивная лингвистика, рассматривающая как собственно лингвистические, так и экстралингвистические явления в их взаимосвязи [Касимова, Линник, 2017, с. 767].

Понятие дискурса было введено в 1950-е годы французским ученым Эмилем Бенвенистом. По мнению этого ученого, «дискурс» – это «язык в действии», «акт речи», «высказывание», то есть «приведение языка в действие посредством индивидуального акта его использования» [Бенвенист, 2010, с. 312]. Прежде всего, дискурс «обозначает текст в неразрывной связи с ситуативным контекстом, определяющим все то, что существенно для порождения данного высказывания/текста» [Чернявская, 2006, с. 69]. Однако, с точки зрения ученых, в понятие дискурса могут быть включены: устно-разговорная форма текста; диалогическая речь; группа высказываний, связанных между собой тематически, иными словами, любое речевое произведение – письменное или устное [Николаева, 1998, с. 467].

Под дискурсом, с точки зрения В.В. Красных, следует понимать вербализованную речемыслительную деятельность, в основе которой лежат как лингвистические, так и экстралингвистические факторы. Иными словами, дискурс – это «совокупность текстов, порожденных в процессе коммуникации» [Красных, 2003, с. 113]. В.Е. Чернявская дает такое

определение дискурсу: «Дискурс – это конкретное коммуникативное событие, фиксируемое в письменных текстах и устной речи, осуществляемое в определенном, когнитивно и типологически обусловленном коммуникативном пространстве» [Чернявская, 2006, с. 75].

Дискурсивная лингвистика – относительно новое явление в науке о языке, поэтому до настоящего времени не существует общепринятой классификации дискурсов. С одной стороны, исследователи разграничивают национальные дискурсы (например, русский, английский, испанский и т.д.), с другой – в рамках одного национального дискурса они выделяют, например, дискурс поэтический, эстетический, научный, критический, педагогический, юридический, политический и другие [Миронова, 1997].

По сравнению с другими типами дискурса в современном социуме чаще всего проявляет себя медийный дискурс, или медиадискурс. Это не случайно, так как на рубеже третьего тысячелетия в коммуникативных процессах произошли серьезные изменения, связанные со всевозрастающим воздействием современных массмедиа на жизнь отдельных индивидов и общества в целом. Можно сказать, что современная языковая личность живет в медиапространстве. И изучение медийного дискурса является основой для формирования представления о том, как реальность конструируется и репрезентируется в средствах массовой информации, являющихся достаточно эффективным инструментом в руках властных структур, поскольку пресса играет огромную роль с позиций манипулятивного воздействия на адресата, создающегося посредством вербальной репрезентации факта или события.

С точки зрения С.Н. Абрамовой, «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», в котором «отражается как личностно-смысловое,

так и социально-смысловое отношение человека к действительности» [Абрамова, 2014, с. 17].

Массмедийный дискурс, как и любой другой вид дискурса, реализуется в тексте. Под медиатекстом, как правило, понимают «динамическую сложную единицу высшего порядка, посредством которой осуществляется речевое общение в сфере массовых коммуникаций» [Современный медиатекст, 2011, с.13]. Медиатекст – это информация, изложенная в любом медийном жанре, которая адресована массовой аудитории» [Мельник, 2012, с. 27].

Если относительно объема понятия «медиатекст» наблюдается некоторое единодушие, то обсуждение содержания данного понятия проходит в режиме конструктивного научного диалога. К категории медиатекстов относятся газетно-публицистические тексты, рекламные тексты, телетексты, Интернет-тексты, PR-текст и т.д. [Казак, 2012, с. 320], т.е. тексты, представленные такими каналами распространения, где опредмечивается определенным образом кодировка действительности [Овчарова, 2014, с. 41].

Специфика медиатекста определяется, прежде всего, внешними условиями его существования, к которым относятся:

- 1) особый тип и характер информации;
- 2) производство «на поток», одноразовость, невозпроизводимость;
- 3) коллективное производство медиапродукта (всякий текст создается и обрабатывается несколькими лицами (журналистом, редактором, оператором, режиссером, монтажником и т. д.);
- 4) опосредованность общения и особый характер обратной связи (ограниченный, минимизированный или вовсе отсутствующий, отложенный во времени и пространстве);
- 5) значимость технических средств, посредством которых транслируется сообщение (технические возможности не просто «упаковка» контента – они преобразуют и структурируют само сообщение, поэтому,

например, одна и та же новость формирует денотативный план разных новостных печатных, радио-, теле- и интернет-текстов.

б) экономический параметр, определяющий идеологию издания и влияющий на его содержательное и техническое воплощение [Современный медиатекст, 2011, с. 11 – 13].

Базовыми характеристиками медиатекста являются: массовость, медийность (т.е. детерминация текста с помощью различных медиа-средств), поликодовость, открытость, идеологический плюрализм, динамический характер, многомерность и многоплановость и др. [Мельник, 2012, с. 27].

Ключевой фигурой медиатекста является нарратор, т.е. автор, который является не просто составителем текста, а субъектом всего текстового пространства. Его ярко выраженное присутствие позволяет предъявлять различные виды информации: подтекстовую, фактологическую, концептуальную. Актуализация диалоговых отношений «автор – адресат» происходит благодаря выстраиванию сложных прагматических связей с целевой аудиторией [Овчарова, 2014, с. 141 – 142].

Массовость – основной признак медиатекста, т.к. медиатекст направлен на массовую аудиторию, характеризующуюся разнородностью состава и неопределенным количеством неизвестных адресатов. В связи с этим понятие медиатекста и, в целом, медиадискурса нельзя рассматривать вне термина «коммуникативная стратегия», под которой следует понимать оптимальный план реализации цели коммуникации – политической, социальной, психологической или лингвистической. Коммуникативная стратегия определяется, как правило, интенцией говорящего и эксплицируется совокупностью приемов, обуславливающих применение языковых средств [Ерещенко, Клеменова, 2020, с. 434].

С точки зрения О.И. Иссерс, существуют основные (семантические, когнитивные) и вспомогательные стратегии. Основные стратегии связаны с воздействием на адресата: на его физическое и интеллектуальное поведение, систему ценностей, модель мира. Вспомогательные коммуникативные

стратегии (кооперативные и конфронтационные) направлены на эффективную организацию диалогового взаимодействия [Иссерс, 2008].

В медиатекстах коммуникативная стратегия реализуется на фоне фиксации реальных событий, которые нагружаются дополнительными информационно-культурными смыслами с помощью медиаязыка – комплекса выразительных средств. Именно медиаязык определяет характер медиакультуры, несущей материальные и интеллектуальные ценности в общество [Федоров, 2010, с. 21]. При этом следует отметить, что интерпретация всех тематических и смысловых кодов медиатекстов требует особой подготовки реципиента, потребителя информации [Антонова, 2011, с. 275]. Однако, медиатекст создается не только с помощью медиаязыка (вербального и невербального). В его создании участвуют и творчество автора, и его языковые вкусы и чисто индивидуальные пристрастия, а также возможности канала распространения.

Т.Г. Добросклонская, рассматривая медиатекст как «сложное, многоуровневое и многомерное явление», предлагает следующую систему параметров: способ производства, форма создания, форма воспроизведения, тематическая доминанта, канал распространения, функционально-жанровый тип текста [Добросклонская, 2008, с. 31].

Абсолютное большинство исследователей отмечают многоуровневый, динамичный характер медиатекста. По мнению М.Ю. Казак, медиатекст, как многоуровневый знак, объединяет в единое коммуникативное целое разные семиотические коды (медийные, вербальные, невербальные) и демонстрирует свою открытость на знаковом, композиционно-структурном и содержательно-смысловом уровнях [Казак, 2012, с. 322].

Изучение медиатекста происходит на функциональном и прагматическом уровнях. В первом случае медиатекст рассматривается как продукт речевой деятельности и стиля. Во втором случае изучаются коммуникативное намерение, коммуникативная установка и адресность медиатекста, а также его воздействие на реципиента [Богуславская 2008].

Важной особенностью медиатекста, как считает Л.Г. Лисицкая, является его стилистическая норма, которая регламентируется сочетанием экспрессии и стандарта, характером жанра, обращенностью к определенной категории читателей, типом издания, но, в первую очередь, – идиостилем, т.е. индивидуальной манерой письма автора-журналиста [Лисицкая, 2010, с. 218].

Существуют различные типологии медиатекстов, что неудивительно, если принять во внимание их принципиальную разнородность. По мнению Г.Я. Солганика, идеальной была бы такая классификация, в которой все виды и типы текстов выделялись бы на основании единого релевантного критерия, однако такой критерий пока не найден, да, видимо, и невозможен в принципе [Солганик, 2005].

В научном пособии «Современный медиатекст» [2011] представляют довольно развернутую классификацию, которая учитывает следующие параметры:

1. Способ производства текста;
2. Форма (фактура) медиатекста;
3. Канал распространения;
4. Тематическа доминанта.

Прокомментируем эти параметры.

По способу производства медиатекст может быть либо авторским, либо коллегиальным. Авторский медиатекст содержит указание на индивидуальное творчество. Им может быть статья или репортаж, заметка или эссе. К коллегиальным медиатекстам относятся многочисленные материалы новостного характера, распространяемые информационными агентствами (такими как Интерфакс, ИТАР-ТАСС, CNN, BBC и др.).

По фактуре медиатексты можно подразделить на вербальные, невербальные (например, фотография) и креолизованные. Наиболее распространенным типом медиатекста сегодня является креолизованный текст, состоящий из вербальной и невербальной части. К креолизованным

медиатекстам относятся комиксы, карикатуры, рекламные тексты. Принципиально креолизованными являются теле- и интернет-тексты.

По каналу распространения (типу носителя) различают печатные медиатексты, радио- и телевизионные медиатексты и тексты Интернет-СМИ. Каждый из этих каналов обладает своим набором медийных признаков, оказывающих существенное влияние как на содержание медиатекста, так и на форму его воспроизведения. Так, специфика медиатекста в Интернете определяется такими свойствами интернет-коммуникации, как интерактивность (возможность обратной связи и непосредственного участия в процессе коммуникации), нелинейность и использование новых нарративных стратегий, применение цифровых форматов и т.д. Телетекст строится как непрерывный поток информации, передаваемый потребителю с огромной скоростью и сразу по нескольким каналам. Телевидение оперирует одновременно текстом, музыкой и зрительно воспринимаемыми движущимися образами и потому обладает исключительно высокой, почти магической способностью воздействия на зрителя. Избыток информации (так называемый «шум»), скорость её передачи, линейность этого процесса и задействованность в нем сразу нескольких каналов исключают возможность остановки, возвращения и, следовательно, осмысления [Современный медиатекст, 2011, с. 19].

По тематической доминанте медиатексты могут быть типологизированы соответственно устойчивым, регулярно освещаемых СМИ темам – buzz-topics, или медиатопикам: бизнес, политика, культура, медицина, новости международной и региональной жизни, погода и т.п. Можно сказать, что медиатопика является одним из способов структурирования информации и упорядочивания динамично меняющейся картины мира. Набор медиатопиков является отчасти универсальным, отчасти национально-специфичным: так, например, одной из постоянных тем для британских СМИ является освещение подробностей частной жизни членов королевской семьи и высокопоставленных политиков, в тематике же

российских медиа значительную долю занимают сообщения о коррупции и криминальных разборках [Добросклонская, 2009, с. 43].

Современная система медиатекстов – это динамично развивающаяся структура, внутри которой существуют свои внутренние и внешние связи. Внутренняя связь между различными текстами обусловлена единым типом творчества – публицистическим, а внешняя – тем, что каждый медиатекст, в отличие, например, текста литературного, всегда порождается потребностями отражения современной жизни с целью воздействия на общественное мнение.

## 1.2. Политический и экономический дискурсы в контексте массмедийного дискурса

В конце XX столетия на арену лингвистических исследований вышел политический дискурс, ставший сразу приоритетным направлением, поскольку именно этот тип дискурса представляет собой явление, которое в социуме имеет гораздо большее частотное проявление по сравнению с другими типами дискурсов.

Единой дефиниции политического дискурса нет, поскольку исследователи, изучающие данный тип дискурса, вкладывают в его определение разные критерии.

Так, Е.В. Горбачева в основу своего определения политического дискурса положила социально-информационный подход. Политический дискурс, по мнению данного исследователя, – это «отражающее менталитет политических субъектов, информационно-коммуникативное взаимодействие между индивидами, группами по поводу согласования политических идей, идеологий, принципов, оценок, мнений, происходящее посредством и через социальные институты для достижения политических целей» [Горбачева, 2007, с. 15].

Г.А. Наминова называет политический дискурс специфическим видом коммуникации. Согласно ее точке зрения, политический дискурс

предполагает «движение от речевой общности участников политического и социального взаимодействия до конструктивного политического согласия в области социально значимых тем и способов разрешения существующих проблем на основе широкого, добровольного, свободного и аргументированного диалога» [Наминова, 2001, с. 8].

Ю.С. Степанов рассматривает политический дискурс с позиций лингвистики – как «первоначально особое использование языка <...> для выражения особой ментальности, а также особой идеологии», что «влечет активизацию некоторых черт языка и, в конечном счете, особую грамматику и особые правила лексики» [Степанов, 1997, с. 723].

Е. И. Шейгал также обращает внимание на языковые особенности политического дискурса, в связи с чем формулирует его определение как «особую сферу речевой деятельности, результатом которой являются специфические тексты, вербальные и невербальные знаки, типичные модели речевого поведения, находящие воплощение в конкретных жанрах политического дискурса» [18].

Особую роль в изучении политического дискурса сыграли труды А.П. Чудинова, создавшего такое направление в лингвистических исследованиях, как политическая лингвистика, которое занимается проблемами политической коммуникации, изучает особенности жанров политической речи и особенности функционирования политических текстов [Чудинов, 2006, с. 8]. Исследуя политическую коммуникацию, А.П. Чудинов обращает внимание на метафорическое моделирование политической сферы, которая отличается, по его мнению, «сложностью и высокой степенью абстракции» [Чудинов, 2003, с. 53]. Политическая метафора, по мысли А.П. Чудинова, «живет» не сама по себе, а в определенном контексте, тексте, дискурсе [Чудинов, 2001, с. 182], что соотносится с темой нашего исследования, затрагивающего реализацию феномена политического дискурса в масс-медийных текстах.

Будучи одним из важнейших институтов современного общества, СМИ выполняют многообразные функции: информируют, просвещают, рекламируют, развлекают, являются зеркалом, которое отражает языковые и культурные процессы, происходящие в современном обществе. Но самой важной функцией СМИ является освещение актуальных проблем и явлений политической жизни страны и общества в целом. Газеты и журналы играют важную политическую и идеологическую роль и как средство выражения плюрализма общественного мнения, формирующегося вокруг острых проблем жизни, и как опосредующее звено для политических процессов, как средство влияния на аудиторию. Таким образом, политический дискурс, в силу глобального характера коммуникации в современном мире, ее всеохватности и многоуровневости передачи актуальной информации, становится массово-информационным, или масс-медийным [Сулина, 2014, с. 220]. При этом политическая коммуникация не просто опосредована СМИ, но СМИ фактически являются основной средой ее существования [там же]. С одной стороны, СМИ являются основным каналом воплощения политического дискурса. С другой стороны, СМИ, являясь активными интерпретаторами, существенно влияют на смысл передаваемой информации, обслуживая те или иные группы интересов.

«Для большинства граждан, - отмечает О.Ф. Русакова, - основным источником получения информации и знаний о политике выступает виртуальная политическая реальность, сформированная и транслируемая медиадискурсом. Главным коммуникативным носителем политического медиадискурса выступает политический журналист. Именно он продуцирует и конструирует контент политического медиадискурса, организует его публичную медийную репрезентацию, оказывает влияние на общественное мнение» [Русакова, 2014, с. 67].

Итак, медиадискурс является разновидностью политического дискурса. О.В. Сулина дает такую дефиницию политическому медиадискурсу: «Политический медиадискурс – это коммуникативный процесс обмена

между политическими акторами и массовой аудиторией смысловыми единицами семиотической природы, отражающий актуальный фрагмент политической реальности; совокупный результат этого процесса» [Сулина, 2014, с. 221]. Обращаясь к важнейшим лингвистическим особенностям политического дискурса, мы можем отметить употребление синтаксических конструкций активного и пассивного залога. Пассивный залог позволяет сместить фокус внимания с действующего лица, сняв некоторую степень ответственности. Активный залог используется политиками для обращения к народу с целью показать свою готовность действовать, готовность выполнить обещания. Примером может послужить заголовок статьи, повествующей о событиях в Южной Родезии: «PoliceshootdeadAfricans» – «Полиция расстреляла африканцев» (полный вариант заголовка). «Africansshootdead» – «Африканцы застрелены насмерть» (главное лицо опущено, это снимает некоторую ответственность за данные печальные события).

К синтаксическому уровню мы отнесем способность отражать ситуацию, используя номинализацию. Номинализация представляет собой процесс преобразование глагола в имя существительное. Говорящий может вывести из обсуждения важные фигуры, что оказывает влияние на восприятие и понимание. Однако номинализация также может позволить модифицировать речевое высказывание, чтобы оставить действующее лицо, которое необходимо в данной ситуации. Большое влияние на восприятие информации и последовательность слов в высказывании. Так, можно оказать влияние на запоминание читателем перечисляемых объектов, изменив их порядок.

На словообразовательном уровне следует отметить тот факт, что для англоязычного дискурса свойственно возникновение большого количества сложных слов. Речь англоязычных политиков изобилует именами существительными, которые были образованы с помощью конверсии способом словосложения из сочетаний глагола и наречия: «lay-out» (человек, потерявший работу) , «take-over» (захват власти) и т.д. Еще одним

популярным способом словообразования является блендинг, который представляет собой слияние двух слов в одно, а получившееся образование включает в себя лексические значения обоих слов. Как правило, новое слово состоит из начальной части одного слова и конечной части другого слова. Примером этому могут служить новые слова, которые распространены в сферах политики, рекламы и СМИ: «ObamaMania», «Obamamentum», «brunch», «cameracature», «Oxbridge» и т.д. [Филоненко, 2005, с. 20].

Вторым по популярности подвидом медиадискурса является экономический медиадискурс.

Т.А. Евтушина и Н.А. Ковальская определяют экономический дискурс как «совокупность речевых актов в сфере экономики, а также созданные профессионалами, неспециалистами и журналистами устные и письменные тексты или их фрагменты, которые отображают реалии экономического мира» [Евтушина, 2014, с. 44].

Некоторые исследователи считают, что тексты из области экономики и финансов являются частью делового дискурса. Однако, С.В. Чертоусова считает, что в данном случае «логичнее использовать термин «экономический дискурс», так как журнальные и газетные статьи читают не только специалисты-профессионалы, непосредственно занимающиеся бизнесом, но и широкая аудитория» [Чертоусова, 2016, с. 146].

Исследователи выделяют несколько подвидов экономического дискурса. Е.Ю. Махницкая считает, что экономический дискурс состоит из общего, частного и конкретного дискурсов [Махницкая, 2010, с. 275-278]. Если общим дискурсом является экономический, то частным может выступить, например, промышленный дискурс, а конкретными дискурсами в его составе будут дискурс легкой промышленности и дискурс тяжелой промышленности.

А.А. Шереметьева дает более конкретную классификацию экономического дискурса, выделяя финансовый (финансы и кредит), бухгалтерский (бухгалтерский учет и аудит), налоговый (налоговое дело и

страхование) и деловой (предпринимательская деятельность и торговля) дискурсы [Шереметьева, 2011].

Если рассматривать экономический дискурс как объект лингвистических исследований, он имеет два плана – лингво-когнитивный и собственно лингвистический.

Лингво-когнитивный план связан с языковым сознанием и обуславливает выбор языковых средств, влияющих на порождение и восприятие текстов. Согласно точке зрения Е.Ю. Махницкой, каждая экономическая ситуация «может быть по-разному описана языковыми средствами, так как существует возможность использовать неидентичные подходы к трактовке ситуации и разноструктурные единицы номинации» [Махницкая, 2007, с. 34].

Собственно, лингвистический план экономического дискурса «манифестирует себя в используемых языковых средствах и проявляется в совокупности порожденных текстов. Продуктом, результатом дискурсивной деятельности в сфере современного экономического дискурса являются тексты, содержащие различные убеждения и предполагающие определенную позицию коммуниканта в дискурсном поле экономики» [Куликова, 2018, с. 28].

В рамках экономического дискурса лингвисты изучают специальные тексты, адресованные профессиональным экономистам; учебные пособия, адресованные начинающим экономистам; тексты из масс-медиа, адресованные всем носителям языка [Махницкая, 2007, с. 34]. Учитывая тот факт, что в сфере экономики особую роль играют термины и терминологические сочетания, экономический дискурс изучает терминоиспользующие тексты как для специалистов (стандарты, документация, анализ экономического развития рынка, финансовые прогнозы), так и для неспециалистов (выступления экономистов, тексты СМИ) [Куликова, 2018, с. 28].

И так, современный политический и экономический дискурс представляют собой образцы вербализованной речемыслительной деятельности. Эти два типа дискурса особым образом реализуются в медийной публицистике, в которой широко представлены сферы политики и экономики.

### 1.3. Медицинский дискурс как объект лингвистических исследований

В последние годы возрос интерес к медицинскому дискурсу, поскольку распространенность медицинских знаний становится одной из ключевых стратегий современной эпохи. Увеличивается число медицинских публикаций, сайтов и форумов, наполненных медицинской терминологией и понятиями. Медицинскому дискурсу посвящено множество работ, как в отечественных авторов, так и в зарубежных. Среди них – Л. С. Бейлисон, С. Л. Мишланова, В. И. Карасик, М. А. Макарова, В. В. Жура, М. И. Барсукова, В. В. Павлов, Г. Н. Носачев, Е. В. Харченко, В. Б. Куриленко, Л. Д. Логинова, Балинт Шелтон, Брантон Радецки, Герберт Стюарт.

В зарубежной науке изучение медицинского дискурса началось в 60-е годы XX века. Однако, исследовался медицинский дискурс (его в те годы называли терапевтическим) в рамках социологии, поскольку в центре внимания ученых находилось общение врачей и пациентов как социальных субъектов, которые посредством определенных действий (как правило, разговоров) поднимали конкретные вопросы, имеющие отношение к медицине и проблемам, связанным со здоровьем граждан [Wilce, 2009, p. 200]. Некоторые работы зарубежных ученых отражали характер отношений между медицинскими работниками и пациентами в мультикультурном обществе, отчего медицинский дискурс стал изучаться в рамках межкультурной коммуникации. Но и сегодня, к сожалению, большая часть зарубежной научной литературы по медицинскому дискурсу ограничивается описанием взаимодействия практикующего врача и пациента в биомедицинских условиях и инициирует предложения по улучшению

коммуникации, ориентированной на пациента [Wilce, 2009, p. 201]. Так, И. Таавитсайнен определяет медицинский дискурс как «письменные и устные коммуникативные практики в медицинской профессии» [Taavitsainen, 2006, p. 688]. Подобное понимание медицинского дискурса свойственно и другим зарубежным исследователям.

М. ван Наэрссен делит медицинскую коммуникацию на два основных вида: 1) общение врача с пациентом и 2) общение между специалистами. Первую группу он разделяет на три подгруппы: а) общение во время консультации врача (медицинского осмотра); б) общение в течение всего процесса лечения; в) общение во время выздоровления и при контрольном осмотре. Во вторую группу входит общение между: а) специалистами (врач–врач); б) врачом и медсестрой; в) врачом и фельдшером; г) врачом и студентом медицинского факультета, стажером, резидентом; д) врачом и другим персоналом (медицинский секретарь, директор больницы и др.) [Van Naerssen, 1985].

Первый основной вид общения (общение врача с пациентом) широко обсуждается не только в зарубежной, но и в отечественной научной литературе, что нашло отражение в некоторых дефинициях медицинского дискурса. К примеру, Т.К. Карымшакова в понятие «медицинский дискурс» включает «организацию системы речевого взаимодействия в рамках института медицины, принципы, по которым строится профессиональное общение врача с пациентом, имеющее цель излечение пациента от недуга» [Карымшакова, 2015, с. 16].

Но другие российские лингвисты считают, что медицинский дискурс не ограничивается профессиональным общением, а может реализовываться и на непрофессиональном уровне. По мысли Н.Ф. Ефремовой, медицинский дискурс следует рассматривать как процесс речемышления, происходящий в момент продуцирования текста в направленности на коллегу, представителя другой специализации, пациента, а также при осмыслении ученым-исследователем существующих и создаваемых научных концепций,

представляющих новое знание» [Ефремова, 2017, с. 22]. Данная дефиниция охватывает не только медицинский дискурс как специализированную отрасль знания, в рамках которой происходит общение между самими медицинскими работниками, а также между медицинскими работниками и их пациентами, но и как общественный институт, функционирующий в коллективном языковом сознании.

Медицинский дискурс функционирует в двух формах коммуникации – устной и письменной. Устные формы медицинской коммуникации – это дискуссии между специалистами, научные встречи, конференции, обсуждения различных вопросов медицинского характера и т.п. К письменным формам медицинской коммуникации относятся заявления (например, с просьбой принять пациента в больницу), медицинская документация, а также научные статьи в журналах [Желязовска-Собчик, 2019, с. 37].

Если взять за основу письменную форму медицинской коммуникации, то медицинский дискурс делится на собственно-научный и на научно-популярный.

Научный медицинский дискурс – это сфера профессионального общения медицинских работников и профессионально-коммуникативного взаимодействия медицинских работников и пациента. Согласно базовым характеристикам, научный медицинский дискурс относят к институциональным, или статусно-ориентированным типам дискурсивного взаимодействия людей [Барсукова, 2007, с. 14], среди которых – специалисты, практикующие врачи, медицинские работники, студенты медицинских учреждений. Для научного медицинского дискурса, целью которого является оказание профессиональной медицинской помощи пациенту, актуальна тенденция, нацеленная на поиск способов повышения взаимопонимания и сотрудничества между представителями профессионального медицинского сообщества, а также между пациентом и врачом-специалистом [Макушева, Ковалева, 2014, с. 108]. Этот факт

отражается в текстах научных медицинских источников, относящихся к таким жанрам, как научная статья, монография, обзор, доклад, лекция. Поскольку эти источники предназначены исключительно для медиков-специалистов, то они характеризуются строгим, однообразным, лишенным экспрессивности стилем научного изложения с использованием медицинской терминологии и сокращений, а синтаксис изобилует сложносочиненными, сложноподчиненными предложениями, абсолютными конструкциями, пассивными конструкциями, причастными и деепричастными оборотами.

Подобная литература очень сложна для восприятия тех членов социума, которые далеки от медицины как научной области знания. Ответы на вопросы, касающиеся развития медицинской отрасли, выявления и лечения определенных болезней они получают из материалов научно-популярного медицинского дискурса, цель которого – информирование, консультирование пациента-потребителя медицинских услуг. К научно-популярному медицинскому дискурсу относятся медицинские буклеты, статьи, интервью с практикующими врачами в научно-популярных журналах по медицине, рассчитанные на широкую читательскую аудиторию [Макушева, Ковалева, 2014, с. 108]. Эти статьи не обладают строгой научной направленностью, они носят научно-публицистический характер, т.к. имеют своей целью донести информацию, касающуюся медицины и здоровья, до широких масс реципиентов, в связи с чем языковое оформление подобных статей отличается от информационных материалов научного медицинского дискурса, которое было бы непонятно озабоченным собственным здоровьем пациентам, пытающимся найти ответы на свои вопросы.

Опираясь на дискурсивные исследования В.И. Карасика [2000], можно выделить следующие компоненты медицинского дискурса, составляющие его структуру:

- 1) участники медицинского дискурса (ученые; врачи, медсестры, студенты медицинских вузов и средних специальных учебных заведений; пациенты и их родственники; широкая публика, интересующаяся вопросами

медицины и проблемами здоровья, которая получает необходимую информацию по каналам масс медиа);

2) хронотоп, т.е. пространственно-временные координаты, типичные для медицинского дискурса (лечебное заведение, кафедра, лаборатория научного медицинского учреждения и т.д.);

3) целеполагание (постановка диагноза, оказание медицинской помощи, решение научной проблемы и т.п.);

4) ценности (ключевые концепты «Здоровье», «Болезнь» и др.);

5) стратегии (диагностирующая, рекомендующая и др.).

Продуцирование медицинского научно-популярного дискурса зависит от влияния конкретно-исторической ситуации, определяемой уровнем развития медицины и условиями направленности данного дискурса на адресата, что говорит об изменчивости, подвижности данного дискурса и отражается в смысловом наполнении текста, который может быть собственно научным, художественным, публицистическим.

Ф.Л. Косицкая и М.В. Матюхина называют медицинский научно-популярный дискурс сложноорганизованным дискурсивным образованием, коммуникативной сферой которого является «взаимозависимость, переплетение, рекламного, медицинского академического дискурса, законодательного дискурса в области медицины, научного медицинского и коммерческого дискурсов, медиадискурса и собственно врачебного дискурса», для которого «характерны полифонические включения исторического, энциклопедического, социального, фармацевтического дискурсов» [Косицкая, Матюхина, 2017, с. 45]. Данный феномен широко задействован в медиа ресурсах, направленных на непрофессиональных носителей языка.

#### 1.4. Лингвистические и экстралингвистические черты медицинского дискурса

В настоящее время одной из основных коммуникативных площадок, на которых реализуется любой тип дискурса, является медиaprостранство. Медицинский дискурс, целью которого «является предоставление информации в сфере медицины и здоровья для массовой аудитории, включающей сведения о возникновении и борьбе с различными заболеваниями и их предотвращении, а также обсуждение вопросов здорового образа жизни» [Васильева, 2019, с. 40], не является исключением, поскольку в условиях влияния масс медиа на жизнь индивида происходит формирование общественного мнения, охватывающего культурный, функциональный, прагматический, ситуативный, психологический и даже лингвистический контекст.

Реализация медицинского дискурса не только в научном, профессиональном, но и в медийном пространстве обусловлена обостренным интересом членов социума к медицинским знаниям. Граждане всех возрастов и профессий постоянно читают онлайн и оффлайн медиаматериалы о признаках, проявлениях, клиническом течении и способах лечения различных заболеваний; о способе приема медицинских препаратов; ищут дешифровку даже самых сложных медицинских анализов и т.д. С другой стороны, медиадискурс является тем «мостиком», который соединяет медицину с другими областями человеческой деятельности (с политикой, экономикой, культурой, образованием, наукой), что приводит к медиатизации медицинского текста, под которой следует понимать процесс качественных изменений в социальной коммуникации под воздействием медиа [Кожарнович, 2021, с. 422-423].

Одним из популярных способов реализации медицинского дискурса в медийном пространстве является использование медиа как коммуникативной площадки для профессионалов из медицинской сферы. На сегодняшний день

для этих целей используются, прежде всего, цифровые средства коммуникации, т.е. онлайн медиа: цифровые версии журналов и газет, а также СМИ, функционирующие только в Интернет-пространстве, социальные сети, YouTube-каналы, блоги, авторами которых в большинстве случаев становятся врачи, заинтересованные в распространении достоверной профессиональной информации и повышении медицинской грамотности адресата. Несмотря на то, что существуют определенные риски, связанные с медиатизацией профессионального дискурса, когда каждый читатель имеет возможность вольной интерпретации полученной информации, медиатизация медицинского дискурса имеет ряд преимуществ, поскольку не ограничивается лишь информированием, предоставлением компетентной информации от специалиста в определенной области. При этом речь идет не только о рекламе самого специалиста, его клиники, избранного метода лечения и т.п., но и об убеждении адресата в правильности, медицинской эффективности озвученных идей. Примером тому является следующий контекст:

«Read more information about diagnosing diabetes and treating type 1 diabetes. Read more about the complications of type 1 diabetes. Read more information about diabetes in pregnancy and gestational diabetes. If you want a response from an NHS professional or the website team, please».

Данный фрагмент статьи из электронного журнала “NHS”, созданный Национальной службой здравоохранения Англии, носит побудительно-рекомендательный характер, что находит отражение в синтаксисе. При построении предложений используется повелительное наклонение с целью избавить пациентов от ошибочного суждения.

Медицинский медиадискурс отличается стилистической гетерогенностью. С одной стороны, в нем присутствуют языковые маркеры научно-популярного стиля: например, термины из области медицины и смежных с нею наук, как в следующем контексте, целью которого является ознакомление пациента с видами медицинских диагностик, чтобы снизить

масштаб беспокойства у пациента и создать благоприятный психологический фон процесса терапии:

“Eye checks – to detect problems with the retina (a possible complication of diabetes) which can often be prevented from getting worse. Urine tests – these include testing for protein in the urine, which may indicate early kidney problems. Foot checks – to help to prevent foot ulcers. Blood tests – these include checks on kidney function, and other general tests” [patient.info].

С другой стороны, в массмедийном медицинском тексте легко идентифицируются и языковые атрибуты публицистического способа подачи информации: оценочная лексика, эмоциональная окрашенность, фразеологические обороты, разговорные выражения и т.п., в результате чего данный текст приобретает форму диалога, где врач доступно объясняет пациенту проблему, связанную с его здоровьем. Например,

“Regular physical activity is one of the most important things you can do for your health. Fitting regular exercise into your daily schedule may seem difficult at first. But even ten minutes at a time is fine. The key is to find the right exercise for you. It should be fun and should match your abilities” [medlineplus.gov].

В данном контексте мы находим характерные для повседневной речи пациентов фразеологизмы, которые упрощают понимание информации: ”fitting regular exercise into your daily schedule”, “match your abilities”.

Кроме того, автор данной статьи преследует такую прагматическую цель, как воздействие на читателя, которая реализуется через непосредственное обращение к реципиенту, маркерами которого являются местоимения you и your.

Рассмотрим еще один отрывок из статьи. В нем описываются и объясняются сложные химические процессы, происходящие в организме человека:

“After we eat, various foods are broken down into sugars in the gut or intestine. The main sugar is called glucose. This is absorbed through the gut wall into the bloodstream. Glucose is like a fuel, which is used by the cells in the body

for energy. To remain healthy, your blood glucose level should not go too high or too low” [British Medical Journal].

В данном контексте для передачи слова «кишка» автор вместо научного термина “intestine” употребляет разговорное слово “gut”. Сам же процесс пищеварения описывается при помощи фразеологического оборота “to be broken down”. Экспрессивности статье добавляет сравнение глюкозы с топливом для клеток организма: “Glucose is like a fuel”.

Но не только различными лингвистическими (лексическими, стилистическими, синтаксическими и др.) отличается массмедийный медицинский дискурс от научно-профессионального медицинского дискурса. Важным компонентом воздействия на читателей является ее поликодовость. Так, во время первой волны эпидемии коронавируса, когда население всех стран мира было охвачено паникой от незнания новой болезни, большинство журналов стремилось не только описать симптомы COVID-19. Персонализация образа врача стала одним из главных инструментов дискурсивной стратегии в масс медиа. Так, в течение всего 2020 года каждый номер британского журнала “Vogue” помещал на свою обложку фотографию врача, спасающего жизни людей, несмотря на смертельную опасность. А еще один британский журнал, “GQ Нуре”, решил почтить память китайского врача Ли Веньяна, который первый в мире распространил информацию о COVID-19, после чего сам тяжело заболел и умер в возрасте 35 лет. Заголовок и подзаголовок статьи, посвященной доктору, вынесли на обложку: “The last days of Dr Li. The man who tried to warn the world about coronavirus.” (GQ Нуре, 06.2020). Журнал использовал селфи врача, сближая его образ с аудиторией. Второе слово в названии журнала “Нуре” выполнено в цвет маски на лице доктора Ли. Персонализовав медицинских работников, журнал не только оказал им моральную поддержку и отдал долг памяти врачу, но и эмоционально сблизил читателей с медиками, героизировал их образ [Ефанов, Банщикова, 2021, с. 19-20].

Следует также отметить, что в условиях широкой демократизации массмедийного коммуникативного пространства адресат оказывается непосредственным участником медицинского диалога. Это стало возможным в результате социомедийной интеракции через комментарии к тексту. Для автора текста такая виртуальная дискуссия открывает возможность саморефлексии на предмет актуальности, востребованности, формально-содержательной удачности/неудачности его контента, помогает установить и поддерживать обратную связь с целевой аудиторией и, что немаловажно, создает атмосферу виртуальной профессиональной медицинской консультации, когда каждый участник дискуссии может задать свой вопрос и получить компетентный ответ. Для адресата же такая виртуальная дискуссия является способом выразить свое мнение по поводу обсуждаемой темы. Реагируя на комментарии других участников дискуссии прямо или через «лайки», он становится полноценным соавтором медиа ресурса [Кожарнович, 2021, с. 427].

Таким образом, лингвистические и экстралингвистические средства, используемые при создании массмедийных медицинских текстов, позволяют сделать читателя активным участником медицинского дискурса, убеждают его, что во благо своего здоровья необходимо действовать именно так, а не иначе, создают условия для непосредственного общения врача с пациентом и условия для общения пациентов друг с другом, направленного на борьбу с общим недугом, а также позволяют реципиенту сделать вывод о том, как нелегка судьба медицинских работников, выбравших этот путь.

Однако, медицинский дискурс является не только частью медиа-пространства, освещающего вопросы медицины, и проблемы, связанные со здоровьем граждан. Семантические элементы медицинского дискурса могут входить в публикации различной тематической направленности, в том числе экономические и политические, в связи с чем медиадискурс превращает политику или экономику в символический конструкт, что нами будет доказано во второй главе.

## Выводы по первой главе

На рубеже третьего тысячелетия в коммуникативных процессах произошли серьезные изменения, связанные со всевозрастающим воздействием современных массмедиа на жизнь отдельных индивидов и общества в целом, в связи с чем на арену лингвистических исследований вышел медиадискурс – акт письменной коммуникации, фиксируемый в медиатекстах, размещенных на страницах периодических изданий или в онлайн пространстве.

Медиадискурс распадается на множество дискурсов. Наиболее востребованными типами дискурсов являются политический и экономический. Политический медиадискурс – это акт коммуникации между авторами (журналистами) и читателями (массовой аудиторией), отражающий актуальный фрагмент политической реальности. Экономический медиадискурс – это совокупность текстов экономической направленности, которые отражают реалии экономического мира.

В настоящее время возрос интерес к медицинскому дискурсу, под которым долгие годы понимали акт профессионально-коммуникативного взаимодействия медицинских работников и пациента. Однако, медицинский дискурс не ограничивается профессиональным общением, а может реализовываться и на непрофессиональном уровне, например, в массмедийных публикациях на медицинскую тематику, в связи с чем появился термин «медицинский медиадискурс».

Медиатизация медицинского дискурса проходит двумя путями. С одной стороны, медиадискурс фокусируется в медицинских медиа-изданиях: в газетах, журналах, онлайн-публикациях, посвященных здоровью, развитию медицины и т.п. С другой стороны, медицинский дискурс может входить в публикации различной тематической направленности, что позволяет автору публикации создать образ, основанный на вербальных элементах медицинской семантики.

## ГЛАВА 2. ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ МЕДИЦИНСКОГО ДИСКУРСА В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МАСС- МЕДИЙНОМ ТЕКСТЕ

2.1. Тематическая классификация элементов медицинского дискурса в политическом и экономическом дискурсах

В процессе исследования, проведенного нами на материале массмедийных текстов в количестве 800 единиц. По критерию наличия семы медицинской тематики и частотности нами было выбрано 126 контекстов с элементами медицинского дискурса, мы выявили 115 лексических элементов, представляющих данный дискурс. Эти языковые единицы мы распределили по восьми лексико-семантическим группам (ЛСГ). Представим эти группы.

1. ЛСГ «Заболевания» (53,9 %).

В эту группу входят лексемы медицинской семантики, номинирующие как сами заболевания, так и физическое и психическое состояние пациентов, которое можно расценить как признак того или иного заболевания. Также мы включили в данную группу термины, номинирующие явления, ставшие причиной того или иного заболевания. Данная ЛСГ самая многочисленная: 62 языковые единицы: cancer, syndrome, diabetes, abscess, disease, affective disorder, agony, anaphylactic shock, heartache, headache, pain, asthma, pandemic, coronavirus, eczema, short-sightedness, apoplexy, paralysis, toothache, bleeding, phobia, insomnia, hysteria, schizophrenia, autism, sarcoma, fever, pathology, anemia, dementia, derangement, epilepsy, migraine, sickness, tic, spastic, epidemic, atrophy, flu, stress, injury, intoxication, swoon, broken bones, spasm, comatose state, lethal, suicidal, neurose, psychose, reatment-resistant psychosis, homicidal, acute condition, alcohol, bacteria, infection, viral, virus, bleed, bacillus, toxin, nicotine.

Приведем примеры:

“For a candidate who may feel she is required to project strength in a way that male politicians are not, it is hard to imagine a worse time to swoon than at a memorial event for those killed on 9/11” (The Economist. 15.09.2016).

В данном контексте лексема *to swoon* («падать в обморок») номинирует признак болезни.

“The Spanish Flu first struck in early spring... It rested during the summer but in the fall attacked again with dreadful effect. By the end, the Flu would kill five times as many people as all of the guns, bombs, and torpedoes of all the combatants in World War I” (The National Interest. 7.03.2020)

В этом фрагменте статьи речь идет о так называемом «испанском гриппе» (Spanish Flu), эпидемия которого бушевала в период 1918-1920 гг., став одной из самых масштабных катастроф в истории человечества.

Любая болезнь сопровождается болью. Поэтому лексема *pain* часто встречается в массмедийных текстах, в которых представлен медицинский дискурс.

“He just wanted to get rid of the pain” (The Economist. 29.11.2001).

2. ЛСГ «Лекарственные средства»(7,1 %).

В эту группу входит восемь лексем, номинирующих как лекарства, необходимые для лечения или обезболивания, так и сопутствующие препараты, помогающие организму справляться с болезнью: *insulin*, *balsam*, *belladonna*, *narcosis*, *vaccine*, *aspirin*, *morphine*, *vitamin*.

Так, в следующем примере мы находим сразу два термина *aspirin* («аспирин») и *morphine* («морфин»).

“Aspirin, not morphine.

America's economy will be weak in 2008, but policymakers should dispense the pain-killers with care” (The Economist. 03.01.2008).

*Aspirin* – это название лекарства, помогающего при простуде и снижающее температуру тела. *Morphine* является сильным обезболивающим средством. В данном контексте эти названия лекарств используются

метафорически, противостоя друг другу в стилистическом приеме «антитезы».

Еще пример.

“For the three months ending Dec. 28, sales of vitamins rose nearly 8 percent compared with the same period in 2007, according to Information Resources Inc., a market research company in Chicago” (New York Times. 4.04.2009).

Витамины (vitamin) назначаются больным для укрепления иммунной системы. Они повышают устойчивость организма к различным инфекциям и заболеваниям.

В эту группу входят и номинации лечебных напитков, не относящихся официально к средствам, участвующим в лечении или профилактике заболевания, но помогающим, по мнению народа, справиться с болезнью. В число средств так называемой «народной медицины» входит и Black Balsam («Черный бальзам») – крепкий алкогольный напиток, настоянный на травах, который можно употреблять в чистом виде, но можно добавлять в чай или кофе по несколько капель.

“But anyone who overlooks the seemingly insuperable obstacles to her candidacy (речь идет о выдвижении на пост президента Литвы В. Вике-Фрейберги) has probably been over-indulging in Black Balsam, Latvia's hallucinogenic national drink (it tastes of burnt orange peelings)” (The Economist. 5.11.2009).

В данном контексте подчеркивается сильная крепость напитка, после употребления которого можно потерять контроль над собой, что звучит в выше представленном фрагменте саркастически.

Человек заболевает в силу различных причин. Это и различные инфекции, и неправильный образ жизни, и вредные привычки (алкоголь, курение). Так, в следующем контексте автор статьи упоминает alcohol («алкоголь») как часть экономической политики Арабских Эмиратов:

“Dubai started the new year by suspending its 30 percent tax on alcohol, a move that could help the Gulf emirate attract more tourists and businesses amid growing regional competition. Dubai removed the tax on Sunday, along with the fee for a license that individuals need to buy alcohol, local beverage distributors said” (The New York Times. 2.01.2023).

### 3. ЛСГ «Медицинские работники и пациенты» (7,8 %).

Данная группа в количестве девяти лексических единиц представлена номинациями врачей и тех людей, которые к ним обращаются за помощью: disabled, doctor, donor, surgeon, patient, catatonic patient, inpatient, psychiatric patient, acutely ill patient.

Медицинские работники представлены лексемами doctor и surgeon.

“Samuel Hahnemann, a Saxon doctor, invented homeopathy” (The Economist. 08.09.2016).

“The time and means of our passing are determined by God, not by a surgeon's instruments, and abortion on demand is a moral evil” (American Thinker. 30.08.2020).

Семантика еще одной лексемы – donor – не является профессией врача, но номинирует человека, который по мере своих сил помогает персоналу больницы, отдавая свою кровь и даже органы, спасая жизни людей с тяжелыми заболеваниями.

“Most notably, organ donors declared dead under its criteria are, in fact, still alive. The heart beats, lungs exchange oxygen and carbon dioxide, kidneys produce urine, livers remove toxins, children go through puberty, pregnant women gestate babies, hair grows, and in many cases the brain and body communicate to regulate life-sustaining functions” (American Thinker. 10.04.2023).

Остальные языковые единицы данной группы представляют собой номинации тех, кто обращается за врачебной помощью в поликлиники и больницы. Например,

“The statewide inpatient-utilization rate, which measures the number of psychiatric patients treated in inpatient settings versus the number of beds allocated

by the state and private providers, is upwards of 120 percent” (The American Conservative. 31.05,2022).

#### 4. ЛСГ «Организм человека» (6,1 %).

Эта группа представлена названиями частей организма человека, подвергающихся заболеваниям, и его функциональных особенностей: aorta, bladder, artery, immunity, immune (system), dead space, vein (7 номинаций).

Например,

“By removing concrete dead space, one project in Islington was able to create gardens for local residents, ensuring their support” (The Economist. 5.06.2021).

В данном контексте мы находим медицинский термин dead space («мертвое пространство»). Так называется часть объёма лёгких, не участвующая в газообмене и включающая в себя объём дыхательных путей, динамика которого облегчает диагностику различных расстройств дыхания.

В представленном нами фрагменте статьи речь идет о садах для жителей. И поскольку флора выполняет роль легких, то автор заметки использует термин dead space.

Организм человека часто спасается с болезнями, благодаря иммунитету.

“Are Muslims Immune to Coronavirus? – задает вопрос публицист, утверждая, что “the Islamic world is not suffering from COVID-19” (American Thinker. 21.05.2020).

#### 5. ЛСГ «Медицинские манипуляции» (5,2 %).

Под медицинскими манипуляциями понимаются мероприятия лечебного и операционного характера, главная цель которых – помощь гражданам с проблемами со здоровьем. В нее входят такие лексические единицы, как vaccination, injection, amputate, acupuncture.

Например,

“It may not be as ancient as acupuncture, but homeopathy is the closest thing Germany has to a native alternative-medicine tradition” (The Economist. 08.09.2016).

В данном примере упоминается acupuncture («иглоукалывание») как древний метод нетрадиционной (альтернативной) медицины.

В данную группу мы включили и две единицы которые в глазах общественности всего мира носят негативный характер и не приносят пользу здоровью. Одна из них – abortion («аборт»). Эта манипуляция относится к оперативным мероприятиям.

“As a researcher who measures the effects of contraception and abortion policy on people’s lives, I usually have to wait years for the data to roll in” (“The National Interest”. 3.10.2021).

Вторая лексема – clone («клон, клонировать»). Она тоже входит в число медицинских манипуляций, но научного характера. Пока еще этот вид манипуляций находится в стадии разработки и не носит полномасштабного характера. Поэтому в текстах массмедийного дискурса данный термин используется исключительно во «вторичных» значениях.

“Thankfully, a video by Khyber Armory, in May 2019 revealed that the clear Glockes were, unsurprisingly, made in Pakistan’s famous Khyber Pass region — making them a very good clone, not an original” (The Economist. 14.09.2020).

В этом контексте под лексемой clone понимается «двойник».

Таким образом, данная группа представлена шестью лексическими единицами.

6. ЛСГ «Лечение» (10,4 %).

Эта группа представлена терминами и лексическими единицами медицинской тематики, семантика которых отражает процесс лечения и реабилитации пациентов. В нее входит 12 номинаций: therapy, pill, aftercare, medicine, diet, clinical, intensive care, homeopathy, alternative medicine, inpatient care, to treat, medicine dropper. Приведем примеры.

“There were more psychiatric inpatients in Connecticut than there were beds allocated to treat them” (The American Conservative. 31.05.2022).

“Around 2-3% of people in developed countries have clinical aviophobia: an intense and irrational fear of flying. Symptoms include increased blood pressure, hyperventilation, gastric upset and panic attacks” (The Economist. 14.04.2016).

В приведенных выше контекстах лексические единицы медицинской семантики отражают процесс лечения.

А вот термин aftercare связан с реабилитацией пациента после проведения лечебных процедур.

#### 7. ЛСГ «Медицинские учреждения» (5,2 %).

В данную лексико-семантическую группу входят номинации медицинских учреждений и отделений больниц, где лечатся пациенты стационарно: hospice, surgery, ambulatory, mental hospital, emergency room, asylum (6 языковых единиц).

Например,

“In the decades since two of its three mental hospitals closed, Connecticut, like most states, has suffered an acute shortage of psychiatric beds” (The American Conservative. 31.05.2022).

Mental hospitals – «больница для душевнобольных».

“It forces suicidal, homicidal, and otherwise acutely ill patients to wait in emergency rooms for days or weeks on end for a vacant hospital bed” (The American Conservative. 31.05.2022).

Emergency room – «отделение неотложной медицинской помощи или неотложной хирургии».

#### 8. ЛСГ «Медицинская аппаратура и инвентарь» (4,3 %).

В данную группу входят номинации медицинской аппаратуры и медицинского инвентаря». Эта ЛСГ немногочисленна, если рассматривать ее в рамках медиадискурса. В нее входят следующие языковые единицы: scalpel, X-ray, bandage, applicator, psychiatric bed (5 номинаций). Например,

“This campaign, they suggested, had doubled as a national X-ray, with both sides distressed about what might turn up on the scan” (The American Conservative, 5.11.2020).

Итак, проанализировав медиатексты, в структуру которых входят лексические элементы медицинской семантики, мы выделили 8 лексико-семантических групп общим числом в 115 языковых единиц, их распределение представлено на Рисунке 1.

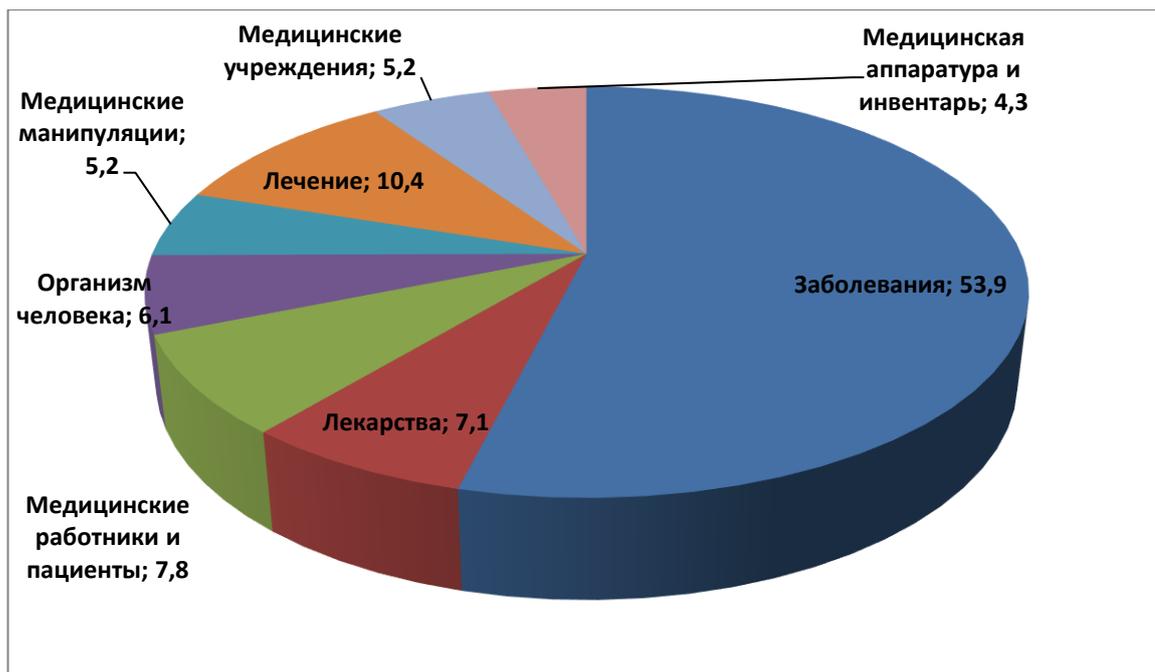


Рисунок 1 — Тематическая классификация лексических единиц медицинской семантики в масс-медийном дискурсе (в процентах)

Как видно из диаграммы, в текстах масс-медиа превалирует тематическая группа «Заболевания», что вполне объяснимо, поскольку медицинский дискурс, в первую очередь, связан с болезнями и их симптомами. На втором месте по частотности употребления – тематическая группа «Лечение», что также вписывается в общую картину медицинского дискурса. Третью позицию занимает ЛСГ «Медицинские работники и пациенты». Первые три тематические группы тесно связаны между собой. Они являются «осью» медицинского дискурса, поэтому чаще всего встречаются в массмедийных публикациях.

## 2.2. Лексические маркеры медицинского дискурса в медийных текстах экономической и политической тематики

В рамках данного исследования мы будем рассматривать медицинский дискурс, реализованный в рамках массмедийных англоязычных текстов, посвященных проблемам политики и экономики.

Медийные тексты политического дискурса представлены 57-ю языковыми единицами медицинской семантики. Распределим их по восьми лексико-семантическим группам (далее ЛСГ):

1) ЛСГ «Заболевания» (31 ед): cancer, syndrome, disease, agony, heartache, headache, pandemic, apoplexy, paralysis, toothache, bleeding, insomnia, hysteria, schizophrenia, sarcoma, infection, pathology, anemia, dementia, derangement, epilepsy, migraine, tic, spastic, epidemic, flu, spasm, comatose state, broken bones, intoxication, short-sightedness, swoon;

2) ЛСГ «Лекарственные средства» (4 ед): balsam, narcosis, vaccine;

3) ЛСГ «Медицинские работники и пациенты» (4 ед.): disabled, doctor, donor, surgeon;

4) ЛСГ. «Организм человека» (1 ед.): vein;

5) ЛСГ «Медицинские манипуляции» (3 ед.): abortion, vaccination, amputate;

6) ЛСГ «Лечение» (3 ед.): pill, medicine, clinical;

7) ЛСГ «Медицинские учреждения» (2 ед.): hospice, ambulatory;

8) ЛСГ «Медицинская аппаратура и инвентарь» (4 ед.): scalpel, X-ray, bandage, applicator.

Как видим, большинство единиц медицинской тематики, входящие в сферу политического дискурса, представляют ЛСГ «Заболевания» (31 языковая единица).

Чаще все в медиатекстах политической тематики встречаются лексемы cancer, doctor, pandemic.

Рассмотрим, как некоторые из выделенных нами языковых единиц представляют сферу политики.

“Former Texas Gov. Rick Perry is taking the gloves off in his assault on Donald Trump, calling the man leading the GOP presidential polls “a cancer on conservatism” and “a barking carnival act.” (The Time. 22.07.2015).

Следует отметить, что термин cancer очень часто используется в текстах статей политической тематики. Журналисты называют «раковой опухолью» политические взгляды, политические убеждения, политические пристрастия тех своих граждан, которые не согласны с политикой нынешней администрации. Автор статьи, фрагмент из которой мы привели выше, в своей публикации описывает «схватку» кандидата на выборах от демократической партии и Дональда Трампа, члена консервативной партии. Он цитирует первого, который назвал второго «раковой опухолью на теле консерватизма». Как можно понять из контекста, он считает консерваторов онкобольными, но если из партии уйдет Трамп, то и партия выздоровит.

Термин syndrome («синдром») также часто встречается в политических медиатекстах. Синдром – это группа симптомов и других изменений в функциях организма, которые, взятые вместе, свидетельствуют о наличии определенного заболевания [Dictionary of Medical Terms, 2007, p. 407]. Как показывает дефиция, синдром – это медицинский термин. Однако, во второй половине XX века этот термин стал заимствоваться другими сферами научного знания. В последней трети прошлого столетия он получил политическую окраску. В приведенном ниже контексте мы находим словосочетание Iraq syndrome («Иракский синдром»). Автор статьи считает интервенцию Ирака болезнью, от которой нужно излечиться.

“I should add a few comments about “Iraq syndrome,” since this is becoming a common way to describe the absolutely justifiable and sane reaction of the public and even many in Washington to the disaster of the Iraq war. Interventionists call this a syndrome because it is supposed to be seen as an affliction or something from which Americans need to recover, as if there were

something unhealthy or harmful in becoming extremely wary of waging wars of choice in countries that we don't understand very well for dubious and often unobtainable goals". ("The American Conservative". 4.09.2013)

Также часто встречается в политических медиатекстах лексема disease. Так, «болезнью» публицисты считают расовую дискриминацию».

“Degenerative disease of American society is racial problem” (American Thinker. 21.08.20012).

Автор другой статьи утверждает, что расизм как явление завязан на плохом образовании американцев, которое ем напоминает «смертельную саркому».

“The company has apologized, and the dangerous racist pantomime continues. This calamitous education deficit may prove to be our lethal sarcoma” (American Thinker. 23.03.2020).

В медиатекстах политической тематики часто встречается лексема pill, но вместе с определением bitter – bitter pill (эквивалентом в русском языке данного выражения является фразеологизм «горькая пилюля»).

“The Obama administration's two efforts to get the Israeli-Palestinian peace process back on track (2009–10 and 2013–14) quickly succumbed to arguments about tactics, prisoner exchanges, settlement activity and the whether Israel should be recognized exclusively as a Jewish state. The two efforts no doubt took a toll on both Netanyahu and Abbas, but it was an especially bitter pill for the Palestinian president to swallow” (National Interest. 12.04.2016).

В приведенном выше контексте речь идет о решении администрации Барака Обамы урегулировать палестино-израильский конфликт на невыгодных условиях для премьер-министра Израиля Беньямина Нитаньяху, в связи с чем корреспондент употребляет выражение to swallow bitter pill, т.е. «поглотить горькую таблетку».

В одной из публикаций американского издания “The National Interest” поднимается проблема разъединения семей корейского народа в период расчленения страны на Южную и Северную Кореи. В 2020 году был

печальный юбилей этого исторического события, но рана на теле корейского народа так и не зажила. Корреспондент разлуку родственников, которые оказались по обеим сторонам границы, назвал heartache (русский эквивалент – «душевная боль»).

“While we commemorate the anniversary of the beginning of the Korean War for the 70<sup>th</sup> time, the heartache from death and family separation that the war caused remains not at all distant but very much alive today” (The National Interest. 7.07.2020).

А вот события на Украине американские публицисты называют «головной болью» – headache, что видно из следующего контекста. Причем автор публикации называет Украину «головной болью Путина:

“The Ukraine war is turning out to be a big headache for Russia's leader, Vladimir Putin, because he greatly overestimated his ability to easily replace the Ukrainian government with his own puppet administration under Russian control” (American Thinker. 17.03.2022).

Термины pandemia и coronavirus не сходят со страниц западноевропейских страниц и журналов, причем не только как «иллюстрации» протекания новой болезни XXI века. Корреспонденты выдвигают версии того, как бороться с этой, парализовавшей мир, напастью.

“In Europe, currently paralyzed by the novel coronavirus, the European Union has dropped its new privacy standards completely” (American Conservative. 2.04.2020).

“With the so-called pandemic, things went further: what American political analysts called the ‘Security State’ — which was established in response to terrorism — has now given way to a health-based paradigm of governance that we term ‘biosecurity’” (American Thinker. 24.12.2021).

Еще одна проблема Западной Европы – миграционный кризис. Поток мигрантов буквально вызывает у правительств истерию.

“Australia’s government stirs up hysteria about illegal immigration” (The Economist. 16.02.2019).

Hysteria – медицинский термин. Он используется в психиатрии для обозначения состояния, при котором человек кажется неуравновешенным. С одной стороны, он может кричать и размахивать руками, а с другой, подавлен и медленно реагирует на внешние раздражители [Dictionary of Medical Terms, 2007, p. 188]. Эти признаки истории репортеры часто находят у руководящих кругов европейских стран. По мнению еще одного журналиста, историю вызывает и «изменение климата».

“History reveals the ridiculousness of 'climate change' hysteria. As proof of their hysterical assertions, they point to recent natural disasters such as earthquakes, hurricanes, floods, and every other snippet of "evidence" they can hang their hat on. I'm wondering when they'll blame COVID-19 on oil and gas drilling and coal mining” (American Thinker. 21.09.2021).

Размышляя над проблемами своей страны, корреспонденты американских газет называют свою страну «хосписом», в которой лежат люди, нуждающиеся в паллиативной помощи.

“Perhaps it is time that we consider our options, and look at 2023 as a time of hospice for our Republic, palliative care” (American Thinker. 28.29.2023).

В одной из публикаций, посвященных последним выборам в США, журналист сравнивает выборную кампанию с рентгеновским снимком, хотя все кандидаты очень обеспокоены тем, какие «тайны» могут вскрыться при «проявлении» этого снимка.

“But in some ways, given the distinctiveness of the choices, the decision in this election will be especially revealing about how America sees itself and what it expects of its leaders. In interviews this fall, voters supporting each candidate described fears that the nation would soon appear unrecognizable to them, if it was not already. This campaign, they suggested, had doubled as a national X-ray, with both sides distressed about what might turn up on the scan” (The American Conservative, 5.11.2020).

Теперь перейдем к массмедийным текстам экономической тематики и проанализируем англоязычные публикации в аспекте функционирования в

них элементов медицинского дискурса. Они представлены 63 лексическими единицами медицинской семантики в экономическом дискурсе. Также распределим их по лексико-семантическим группам:

1) ЛСГ «Заболевания» (28 ед.): syndrome, diabetes, abscess, disease, affective disorder, agony, anaphylactic shock, heartache, headache, bacteria, asthma, pandemic, coronavirus, eczema, toothache, phobia, fever, pathology, anemia, sickness, atrophy, stress, toxin, acute condition, treatment-resistant psychosis, neurose, psychose, injury;

2) ЛСГ «Лекарственные средства» (5 ед.): insulin, belladonna, aspirin, morphine, vitamin;

3) ЛСГ «Медицинские работники и пациенты» (6 ед.): donor, patient, inpatient, psychiatric patient, acutely ill patient, catatonic patient;

4) ЛСГ. «Организм человека» (7 ед.): aorta, bladder, bleed, artery, dead space, immune, immunity;

5) ЛСГ «Медицинские манипуляции» (3 ед.): amputate, clone, acupuncture;

6) ЛСГ «Лечение» (8 ед.): aftercare, diet, intensive care, homeopathy, alternative medicine, to treat, inpatient care, therapy;

7) ЛСГ «Медицинские учреждения» (3 ед.): mental hospital, emergency room, asylum;

8) ЛСГ «Медицинская аппаратура и инвентарь» (3 ед.): scalpel, bandage, psychiatric bed.

Как видим, большинство единиц медицинской тематики, входящие в сферу экономического дискурса, также представляют ЛСГ «Заболевания» (28 языковых единиц).

Чаще все в медиатекстах экономической тематики встречаются лексемы syndrome, donor, diet.

Рассмотрим особенности функционирования некоторых языковых единиц медицинского дискурса в медиатекстах экономической тематики.

Как показал анализ контекстов, довольно часто в статьях на экономическую тему журналисты проводят аналогию между экономикой и диабетом, в связи с чем в них встречаются такие термины, как diabetes, diabetic, insulin.

Так, рассуждая над экономическими проблемами стран Персидского залива, корреспондент журнала “The Economist” пишет:

“The region's economies are struggling to absorb petrodollars, accumulating like glucose in the bloodstream” (“The Economist. 24.04.2008).

В связи с этим регион сталкивается с большим риском и буквально заболевает диабетом.

“Diabetes is a useful metaphor for the Gulf's present problems,” – говорит автор.

Репортер журнала “The New York Times” прямо называет экономику «диабетической» (статья так и называется “The Diabetic Economy”), потому что “economies shouldn't need to keep rates this low”. “We compare, - пишет он, - low interest rates to the insulin injections that diabetics must take” (“The New York Times. 2.05.2016).

В одном из текстов экономической тематики мы нашли лексему disease, но она входит в структуру сочетания the cost disease, которое давно уже стало устоявшимся термином (русский эквивалент – болезнь издержек).

“To understand the cost disease, start with a simple observation: whatever the economy's average rate of productivity growth, some industries outpace others” (The Economist. 29.09.2012).

Теперь обсудим проблему прямой и косвенной номинации употребления элементов медицинского дискурса в текстах политической и экономической тематики.

Исследовав 73 контекста статей политического дискурса, мы обнаружили, что только в 17-ти из них элементы медицинского дискурса используются в прямом значении. Например,

“With the so-called pandemic, things went further: what American political analysts called the ‘Security State’ — which was established in response to terrorism — has now given way to a health-based paradigm of governance that we term ‘biosecurity’” (American Thinker. 24.12.2021).

“That schism is showing as Blacks and Hispanics realize that the vaccine passports that White Democrats are urging damage their communities” (American Thinker. 5.08.2021).

В остальных, 56-ти, контекстах элементы медицинского дискурса имеют переносное значение. Например,

“Vaccine nationalism means that poor countries will be left behind” (The Economist. 28.01.2021).

“Perhaps it is time that we consider our options, and look at 2023 as a time of hospice for our Republic, palliative care” (American Thinker. 28.29.2023).

Элементы медицинского дискурса в экономических текстах представлены в 53-х контекстах. В 27-ми из них они используются в прямой номинации, а в 26-ти – в переносной. Таким образом, языковые элементы медицинского дискурса прямой и переносной номинации в экономических текстах распределились почти поровну.

Примером прямой номинации является лексема aftercare, которая ключевой в статье, описывающей помощь инвесторов медицинскому центру, где заботятся о тяжелобольных пациентах, продлевая им жизнь.

“Ms MacColl’s team devotes a lot of time to looking after investors once they are up and running, offering help with local recruitment or supply chain problems. The agency’s senior executives occasionally visit overseas headquarters to check chief executives are happy. This aftercare pays handsome dividends. Ms MacColl says almost half of the 76 projects her outfit brought in last year came from existing investors in Scotland” (The Economist. 31.08.2013).

Такие медицинские номинации, как eczema, bladder, sickness и некоторые другие также используются в своем прямом значении.

“Eczema is also on the rise in the industrialised world, in the same sorts of countries where asthma is a problem” (The Economist. 21.05.2009).

Но тем не менее в экономических текстах можно встретить названия заболеваний и болезненных состояний, которые образно отражают экономические проблемы. Так, о рынках, столкнувшихся с определенными финансовыми проблемами, корреспондент газеты The National Interest, сказал. Что они пребывают в «анафилактическом шоке»:

“We came very, very close to a depression. The markets were in anaphylactic shock” (The National Interest. 1.05.2013).

«Головной болью» страны назвал корреспондент журнала “The Economist” американскую инфляцию:

“American inflation: global phenomenon or homegrown headache?” (The Economist. 25.11.2021).

Полученные результаты по количественному соотношению контекстов политического и экономического дискурсов, в которых используются языковые единицы медицинской тематики представлены на Рисунке 2.

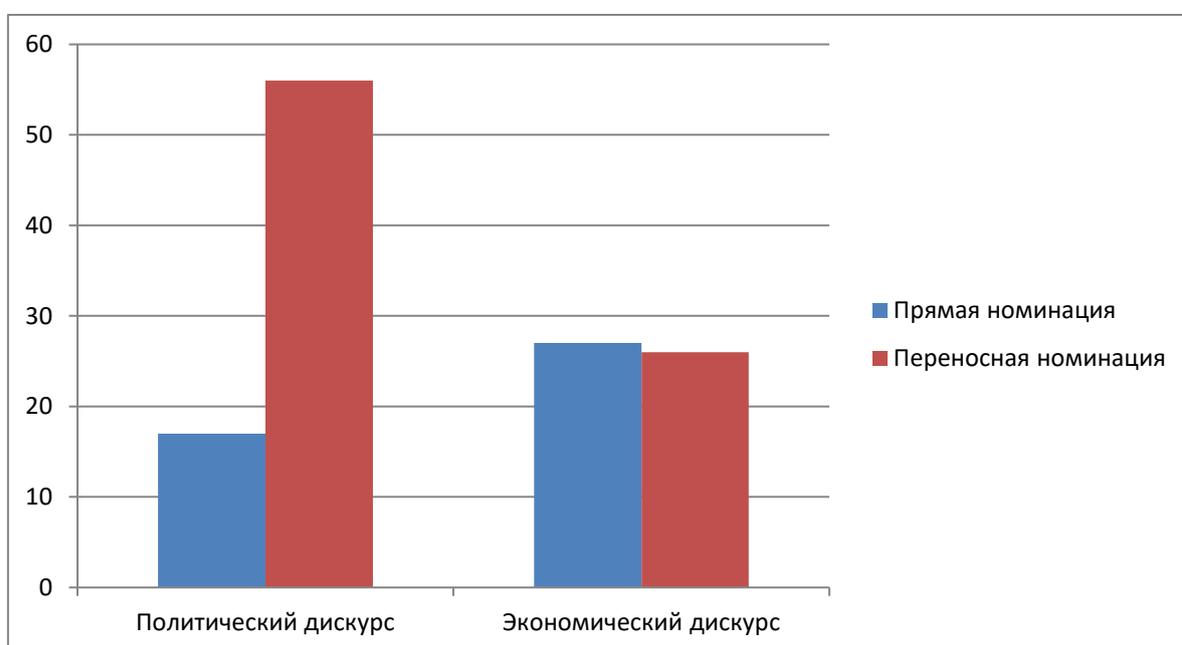


Рисунок 2 — Языковые элементы медицинского дискурса прямой и переносной номинации в экономических и политических текстах

Количественное соотношение элементов медицинского дискурса в текстах политической и экономической тематики представлено на Рисунке 3.

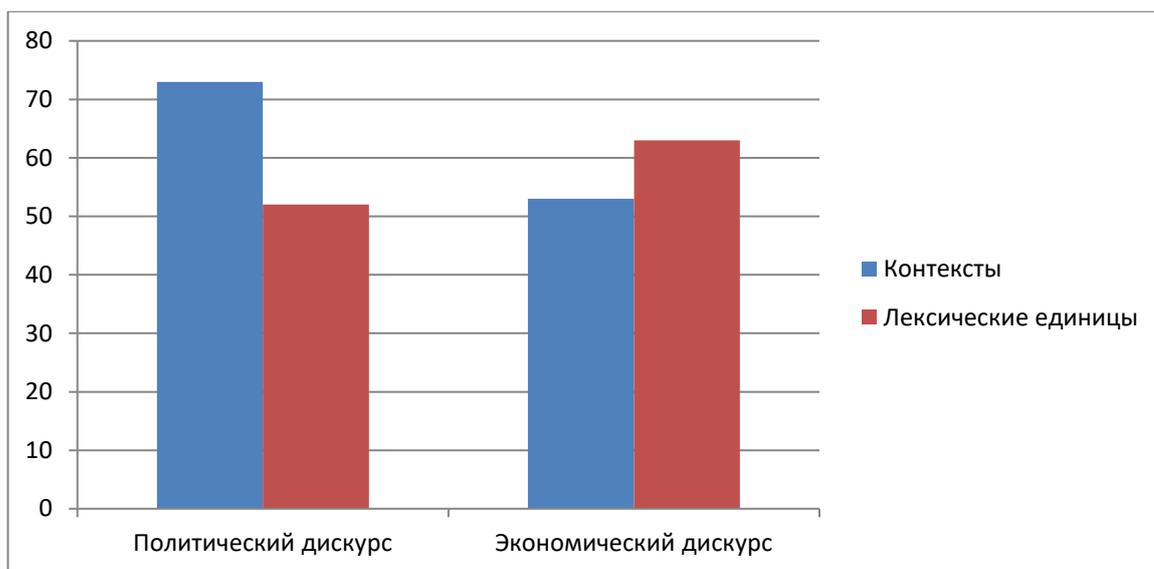


Рисунок 3 — Количественное соотношение лексических единиц медицинского дискурса и контекстов

В процессе нашего изучения массмедийных текстов политической направленности мы выбрали 73 контекста, в которых функционирует 52 лексических единиц, семантически имеющих отношение к медицинскому дискурсу. Все эти единицы, как правило, образно отражают политическую ситуацию в стране (в основном, в США) и в мире. Они делают массмедийные тексты экспрессивными и эмоциональными.

Исследовав статьи экономической тематики, мы выявили всего 53 контекста. Но в них функционируют 63 лексических единиц, что несоизмеримо больше, чем в политических статьях. Элементы медицинского дискурса, которые вошли в структуру экономических статей, практически поровку используются в прямом и переносном значении.

### 2.3. Стилистические маркеры медицинского дискурса в медийных текстах

Исследуя массмедийные тексты политической и экономической тематики, мы выявили большое количество лексических элементов

медицинского дискурса, которые вторгаются в структуру публикаций с целью придать контексту образность, экспрессивность и эмоциональность.

В семантическую структуру проанализированных нами 126 контекстов входят следующие образные средства: метафора, сравнение, эпитет, гипербола, каламбур, метонимия, оксюморон. Распределим эти средства по двум типам дискурса.

Тексты политического дискурса (73 контекста) представлены: метафорой, сравнением, метонимией, эпитетом, гиперболой, оксюмороном.

1. Метафора (56,5 %).

Среди всех средств языковой выразительности в данных текстах превалирует метафора. При этом в этих текстах используются два вида метафоры – конвенциональная и когнитивная.

В первую очередь, выделим модели когнитивной метафоры.

**КОНСЕРВАТИЗМ – РАК**

“Former Texas Gov. Rick Perry is taking the gloves off in his assault on Donald Trump, calling the man leading the GOP presidential polls “a cancer on conservatism” and “a barking carnival act.”(Time. 22.07.2015)

**НЕНАВИСТЬ – РАК**

“What occurred in Charlottesville has no place in our country. Hate is a cancer, and left unchecked it destroys everything in its path. Its scars last generations. History has taught us this time and time again, both in the United States and countries around the world?” (Entrepreneur. 17.08.2017).

**НЕНАВИСТЬ – БОЛЕЗНЬ**

“Hatred and violence are threats to human health and global stability. As a medical doctor who researches public health as a tool for peace, I consider hatred a contagious disease and a health emergency of international concern” (“The National Interest”. 31.05.2021).

**БАЙДЕН – АКТЕР, ИГРАЮЩИЙ РОЛЬ ИНВАЛИДА**

“Of course, the Democrat playwrights never got around to scripting an Act III, and instead, they now face the unfolding reality theater, where Joe is disabled but has no replacement” (American Thinker. 06.07.2021).

КОРОНАВИРУС – УБИЙЦА

ИСПАНСКИЙ ГРИПП – УБИЙЦА

“Coronavirus Is A Killer (But the Spanish Flu Killed Five Times More People than World War I) (The National Interest. 7.03.2020)

Теперь приведем примеры конвенциональной метафоры.

“The idea of prolonging the agony of the U.S. military misadventure in Iraq beyond the end of 2011 — when it will have gone on for eight years and nine months and is supposed to end according to an agreement duly reached between the U.S. and Iraqi governments—keeps getting pushed, in some official as well as unofficial circles” (The National Interest. 25.05.2011).

В данном контексте речь идет о войне США в Ираке, последняя стадия которой напоминает репортеру агонию.

В последние два года со страниц западноевропейских газет не сходит информация о новой болезни – коронавирусе. О нем пишут, как о живом существе, сеющем страх среди населения и парализовавшем Европу.

“New coronavirus is causing havoc in rich countries. Often overlooked is the damage it will cause in poor ones, which could be even worse” (The Economist. 26.03.2020).

“In Europe, currently paralyzed by the novel coronavirus, the European Union has dropped its new privacy standards completely” (American Conservative. 2.04.2020).

События внутренней политики американские журналисты часто описывают, применяя метафоры. Так, штат Аризона, где в 2011 году проходили протесты на фоне выборов, репортер назвал «кровоточащей Аризоной».

“Bleeding Arizona.

Here's an uncontroversial idea: politicians would do well to curb their overtly inflammatory rhetoric” (The Economist. 10.01.2011).

Американские журналисты дискриминацию по расовому или национальному признаку иногда называют вирусом, поскольку, по их мнению, данное явление заразно и распространяется с бешеной скоростью, особенно среди молодежи.

“It is dispiriting to acknowledge that the virus of antisemitism survives, has been increasing, and cannot be stamped out completely” (Americal Thinker. 19.04.2022).

Рассмотрим еще один интересный контекст. Он интересен тем, что слово «эпидемия» (epidemic), функционирующая в нем, соотносится с таким позитивным явлением, как «эмпатия» (empathy). Такая интерпретация морально-нравственного термина становится ясна, когда прочитаешь следующий фрагмент статьи.

“Empathy is misplaced and misused. Empathy should flow towards victims of violence not perpetrators... and should not be used to... justify acts of terror. This epidemic of empathy has to be stopped before it kills again and again” (Americal Thinker. 13.01.2015).

Как видим, речь в статье идет о сострадании к людям, совершившим преступления. Волна сострадания к насильникам и убийцам накрыла страну, утверждает американский журналист, назвав подобное явление «эпидемией эмпатии».

## 2. Эпитет (26 %).

В текстах политической тематики мы выявили эпитеты как позитивной, так и негативной оценочности. В основе некоторых из них лежит образ.

Так, автор одной статьи, акцентируя внимание читателя на запретах, принятых в обществе в связи с коронавирусом, дает броский заголовок, называя эти запреты «пандемической тиранией»:

“No Amnesty for Pandemic Tyranny” (The American Conservative. 2.11.2022).

Другая статья называется “It's time to end vaccination thuggery” (American Thinker. 26.09.2021). В ней говорится об обязательной вакцинации против COVID-19. В заголовке термин vaccination используется в качестве эпитета.

Автор еще одной статьи, наоборот, соглашается с решением многих стран ввести обязательную вакцинацию, но сетует, что эта вакцинация проходит выборочно, только в развитых странах, в то время как от этой болезни умирают граждане бедных стран (африканских, азиатских). Он пишет:

“Vaccine nationalism means that poor countries will be left behind” (The Economist. 28.01.2021).

### 3. Сравнение (8,7 %).

В политических медийных текстах встречаются также сравнения (как правило, образные).

В следующем контексте речь идет о сторонниках и противниках Дональда Трампа, баллотирующегося в президенты. И первые, и вторые говорят о нем с юмором. Однако, юмор первых напоминает бальзам, поскольку он добрый и мягкий, а юмор вторых – оружие, которое может убить:

“Following Trump’s election victory, humour was quickly seen by disoriented liberals as both a balm and a weapon” (The National Interest. 7.09.2020).

В следующем контексте упоминается Виктор Бут, который, по указу Байдена, был выпущен на свободу, «как бацилла из бутылки».

“Biden left the arms lying around in Afghanistan and Ukraine, Biden enriched the cartels looking for arms to buy, and Biden let Bout out of the clink in a cheap exchange for a woke basketball player who checked the right boxes, effectively releasing him like a sealed bacillus” (American Thinker. 12.12.2022).

### 4. Метонимия (4,3 %).

Еще одним стилистическим приемом является метонимия. Мы обнаружили следующий контекст, в котором реализуется медицинский дискурс через метонимию:

“The new coronavirus could have a lasting impact on global supply chains”  
(The Economist. 15.02.2020).

Еще один пример.

“Biden declares war on nicotine while giving addicts crack pipes”  
(American Thinker. 24.06.2022).

Утверждая, что Байден объявил войну никотину, автор статьи имеет в виду не никотин, как средство, а сигареты, в состав которых входит никотин. Иными словами, американский президент объявил войну курению.

5. Гипербола (2,2 %).

В следующем примере, термин autism используется в качестве гиперболы.

“When Hillary makes jokes about cleaning her server "with a cloth" or complaining about the rich when she herself has raked in hundreds of millions of dollars for her "foundation," that's tone deafness, or autism, an inability not just to relate to others but to understand how one comes across when talking.” (American Thinker. 9.09.2015).

Конечно, Хиллари Клинтон не страдала этой болезнью, но неспособность этого политика слышать других и понимать своих избирателей позволила корреспонденту ее «глухоту» (deafness) назвать аутизмом.

6. Оксюморон (2,2 %).

Оксюморон представлен в следующем примере:

“Shock Therapy’ Laid the Groundwork for Putin and the Ukraine War”  
(“The National Interest”. 30.10.2022).

Количественное соотношение образных средств языковой выразительности медицинской семантики, функционирующих в политических масс-медийных текстах, представлено на Рисунке 4.



Рисунок 4 — Стилистические средства языковой выразительности медицинского дискурса в масс-медийных текстах политической тематики (в процентах)

Как видно из диаграммы, наиболее частотным употребляемым выразительным средством в текстах политического дискурса является метафора. На втором месте по частотности употребления – эпитет. Третью позицию занимает сравнение. Этот стилистический феномен можно объяснить тем, что именно эти тропы делают любой текст образным и эмоциональным.

Тексты экономического дискурса представлены (53 контекста): метафорой, сравнением, метонимией, эпитетом, каламбуром, оксюморонам.

#### 1. Метафора (57,6 %).

Среди всех средств языковой выразительности в экономическом дискурсе также преобладает метафора. При этом в этих текстах, как и в текстах политического дискурса, используются два вида метафоры – конвенциональная и когнитивная.

В первую очередь, выделим модели когнитивной метафоры.

#### ЭКОНОМИКА – ДИАБЕТ

“Diabetes is a useful metaphor for the Gulf's present problems. The region's economies are struggling to absorb petrodollars, accumulating like glucose in the bloodstream. The risk they face is the economic equivalent of renal failure:

inflation, a hollowing-out of the non-oil sector, and a young, growing workforce in chronic need of outside labour to supplement it” (‘The Economist. 24.04.2008).

### ИНФЛЯЦИЯ – ГОЛОВНАЯ БОЛЬ

“American inflation: global phenomenon or homegrown headache?” (The Economist. 25.11.2021).

### ИСПАНИЯ – ПАЦИЕНТ

“If Spain were a patient, the mood in the hospital ward would be tense.

Spain’s chances of avoiding intensive care — a full bail-out — are receding to near vanishing-point” (The Economist. 28.07.2012)

Приведем примеры конвенциональной метафоры, которая представлена большим количеством контекстов.

“The EU agrees on an energy diet to fight Russian gas cuts” (The Economist. 28.07.2022).

В связи с последними событиями, приклеившими на Россию ярлык страны-агрессора, Европа решила отказаться от поставок российского газа, в связи с чем «села на энергетическую диету».

В следующем контексте речь идет об инфляции, которую бьет лихорадка.

“America’s inflation fever may be breaking at last” (The Economist. 13.12.2022).

“Aspirin, not morphine. America's economy will be weak in 2008, but policymakers should dispense the pain-killers with care” (The Economist. 03.01.2008).

По мысли журналиста, американскую экономику можно еще вылечить, как простуду, – обычным аспирином. Морфин – очень сильное лекарственное средство, оно используется как сильное вобезболивающее, например, при раковых опухолях. И если дело дойдет до морфина, можно только облегчить боль американской экономике, вылечить ее уже будет невозможно.

2. Эпитет (19,2 %).

В текстах экономической тематики мы выявили следующие примеры:

“Germany... has not only prudently managed its finances – both public and private—but is also one that has conducted painful economic reforms over the past decade” (The Economist. 19.02.2009).

Эпитет painful имеет негативную коннотацию.

“Cars of New York City, in Their Banged Up and Asthmatic Glory” (The New York Times. 21.09.2018)/

В приведенном выше заголовке статьи мы находим образный эпитет asthmatic, входящий в словосочетание asthmatic glory, которое автор употребляет с сарказмом по отношению к автомобилю, который выбрасывает в воздух вещества, приводящие к астме.

3. Метонимия (7,8 %).

“Eczema is also on the rise in the industrialised world, in the same sorts of countries where asthma is a problem” (The Economist. 21.05.2009).

Конечно, не сам коронавирус и не сама экзема как очаговое воспаление кожи оказывают воздействие на экономику, а болезни, вызванные бактериями, и последствия, связанные с этими болезнями.

В следующем контексте автор статьи под названием лекарственного средства belladonna имеет в виду лосьон, в который входит экстракт этого растения.

“Compared with the lead or belladonna that once gave women gothic dreamy eyes, today's lotions are relatively harmless, and consumers are well informed” (American Thinker. 28.08.2018).

4. Оксюморон (7,8 %).

“Shock Therapy’ Laid the Groundwork for Putin and the Ukraine War

Beyond Putin’s goal of remaking the Russian Empire is another long-term cause of the war which has gone largely unmentioned: Russian and Western economists’ disastrous “shock therapy” policies of the 1990s. This approach to remaking the post-Soviet economy produced massive economic disruption inside

Russia and created the conditions for Putin to ascend to power in 1999” (“The National Interest”. 30.10.2022).

Shock и therapy являются несочетаемыми понятиями. Точно также нельзя объединить глаголом to save в одном контексте понятия time, money и heartache.

“Treating your business idea as a science experiment will save you time, money and heartache”. (Forbes. 27.06.2019).

#### 5. Сравнение (3,8 %).

“It remains unclear whether the government will succeed in its plan to create a non-profit-making trust to take over from Railtrack. It has now appointed a chairman, Ian McAllister, chairman of Ford of Britain. But the administrators have the task of assessing competing bids from two investment banks, West LB and Babcock & Brown. A financier involved says that the transport secretary had failed to think through the implications of his actions: “He is like a man with an abscess under his tooth. He just wanted to get rid of the pain.” (The Economist. 29.11.2001).

В приведенном выше фрагменте статьи корреспондент передает слова министра транспорта об одном из финансовых менеджеров транспортной компании, используя сравнение негативной оценки.

#### 6. Каламбур (3,8 %).

“Call on internal and external allies for help. For example, you could turn to speakers, workshops, consultants, and training programs like AORTA” (Anti-Oppression Resource and Training Alliance) (‘Entrepreneur’. 14.07.2020).

В данном контексте упоминается такой орган человеческого организма, как аорта. Однако, это не лексема, а аббревиатура, которая расшифровывается автором статьи.

Количественное соотношение образных средств языковой выразительности медицинской семантики, функционирующих в экономических масс-медийных текстах, представлено на Рисунке 5.



Рисунок 5 — Стилистические средства языковой выразительности медицинского дискурса в масс-медийных текстах экономической тематики (в процентах)

Как видно из диаграммы, наиболее частотным употребляемым выразительным средством в текстах экономического дискурса также является метафора. На втором месте по частоте употребления – эпитет. Третью позицию занимают метонимия и оксюморон.

Исследуя массмедийные тексты политической и экономической тематики, мы выявили также присутствие иронии. Будучи сатирическим приемом, она вторгается в структуру публикаций с целью придать контексту оценочность, экспрессивность и эмоциональность. В таком случае выделяется двойной смысл, оценка заключается не в значении высказывания, а в противоположном ему значении.

В число проанализированных нами 126 контекстов входит 21 контекст с наличием такого средства выразительности как ирония. При распределении этих случаев по двум типам дискурса, мы получили следующие данные:

В политическом дискурсе было обнаружено 12 контекстов с использованием иронии. Например:

“Former Texas Gov. Rick Perry is taking the gloves off in his assault on Donald Trump, calling the man leading the GOP presidential polls “a cancer on conservatism” and “a barking carnival act.”(‘Time’. 22.07.2015).

“But the Democrats and their PR wing, i.e., the news media, spun it as an inspiring story of a disabled man attempting to rise above his handicaps” (American Thinker. 04.03.2023).

“Biden declares war on nicotine while giving addicts crack pipes” (American Thinker. 24.06.2022).

В экономическом дискурсе — 9 контекстов:

“What is it with Octobers and marketcrashes? Is there some financial seasonal affective disorder we need to investigate? Whatever the cause, the current October is bad, even for Octobers” (The Economist. 29.10.2008).

“The West was too greedy for Russian money and too delusional in its negotiations with a pathological liar” (The Economist. 02.03.2022).

Как мы можем видеть, при помощи иронии авторы преследуют цель дать собственную оценку политическим и экономическим событиям, происходящим в мире, высмеять действия некоторых политиков и общественных деятелей. Использование иронии также помогает журналистам обосновать свою позицию и завоевать доверие аудитории.

Итак, в процессе исследования мы сделали вывод, что в экономических текстах образных средств намного меньше, чем в политических. Это объясняется тем, что в экономическом дискурсе главной целью является информирование, а в политическом дискурсе — воздействие на аудиторию. Однако и в политических, и в экономических текстах первое место по частотности употребления занимает метафора, а эпитет поставлен на второе место. Третья позиция образных средств не совпадает: в политических текстах это сравнение, в экономических текстах — метонимия и оксюморон. Последние представлены совсем небольшим количеством единиц.

2.4. Лингводидактический потенциал массмедийных текстов с элементами медицинского дискурса

Для работы на уроке английского языка с медийными текстами, в которых представлены три дискурса — экономический, политический и

медицинский, мы выбрали УМК “New Millennium English” для 9 класса, который входит в Федеральный перечень учебников, рекомендованных к реализации образовательных программ начального общего, основного общего и среднего общего образования.

Цель разработанного нами комплекса состоит в развитии языковых компетенций учащихся, в том числе навыков чтения и говорения путём работы с упражнениями повышенной трудности. Обучение по данному комплексу позволяет закрепить практические навыки различных видов речевой деятельности.

Структура комплекса упражнений состоит из 3 этапов, включающих в себя 10 упражнений.

Тема данного комплекса направлена на ознакомление с лексическим материалом, формирование лексических навыков и закрепление уже существующих. Упражнения развивают навык чтения, сфокусированы на проверке понимания и осмыслении содержания темы, активизации мыслительной деятельности учащихся.

Данный комплекс разработан в соответствии требованиям Федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования.

Согласно ФГОС, обучение школьников английскому языку в старшей и средней школе направлено на развитие иноязычной компетенции. Планируемые предметные результаты должны включать в себя развитие:

- речевой компетенции (навыки чтения, говорения, слушания и письма);
- языковой компетенции (овладение и оперирование новыми языковыми средствами);
- социокультурной компетенции (знание национально-культурных особенностей страны изучаемого языка и способность использовать эти знания при общении);

– компенсаторной компетенции (умение компенсировать недостаточность знаний);

– учебно-познавательной компетенции (умения совершенствования учебно-познавательной деятельности);

Разработанный нами комплекс упражнений был составлен согласно ФГОС и отвечает предъявляемым требованиям, а именно:

1) обеспечивает формирование толерантного отношения к другим культурам, их ценностям и выраженной личной позиции; развивает национальное самосознание на основе знакомства с жизнью сверстников в других странах;

2) обеспечивает формирование и совершенствование иноязычной коммуникативной компетенции; расширяет и систематизирует полученные знания, развивает умение их применения.

3) обеспечивает достижение допорогового уровня иноязычной коммуникативной компетенции;

4) формирует и развивает мотивацию к совершенствованию владения иностранным языком, в том числе на основе наблюдения и самооценки.

Итак, для работы на уроке английского языка с медийными текстами, в которых представлены три дискурса – экономический, политический и медицинский, мы выбрали УМК “New Millennium English” для 9 класса. На первом этапе работы мы преследовали цель познакомить школьников с медицинской лексикой во время изучения темы “Healthy Body, Health Mind”, закрепив ее посредством упражнений. После того как ученики освоят лексику медицинской тематики, переходим к теме “What’s the News?”, при изучении которой мы будем рассматривать медиатексты, определяя функционирующие в них элементы медиадискурса и выявляя их лингвостилистическую роль в репрезентации политических и экономических ситуаций. Методический принцип построения системы упражнений основан по принципу Е.И Пассова: упражнения следуют от простого к сложному, от репродуктивных видов деятельности до продуктивных (творческих).

Этап 1. Тема “Healthy Body, Health Mind”.

Упражнение 1. Read the list of diseases: cancer, diabetes, abscess, agony, heartache, headache, asthma, coronavirus, eczema, paralysis, toothache, phobia, insomnia, hysteria, schizophrenia, autism, sarcoma, fever, anemia, dementia, epilepsy, migraine, flu, stress, neurose, psychose.

Guess about the the meaning of the following words. Look up the meaning of the unknown words in the dictionary. Explain the meaning of these diseases. Divide the words into the following groups.

1. Infectious diseases
2. Diseases of the nervous system
3. Mental illness
4. Diseases characterized by severe pain
5. Oncological diseases (cancer)
6. Blood diseases
7. Skin diseases
8. Pulmonary diseases

Упражнение 2. Read the list of medicines: insulin, balsam, belladonna, narcosis, vaccine, aspirin, morphine, vitamin. Find out their meanings. Match these medicines with the diseases from ex. 1.

Make up sentences based on the model

For example: If you are subject to toothache then painkillers may relieve your suffering.

Упражнение 3. Read the words: disabled, doctor, donor, surgeon, patient.  
Name

- a) the one who treats people (doctor);
- b) the one who gives his blood to somebody (donor);
- c) the one who carries out the operation to somebody (surgeon);
- d) the one who is being treated in the hospital (patient).

Упражнение 4. Explain the meaning of the following words: pill, medicine, homeopathy, to treat. Answer the questions:

1. What should we take to be cured of a disease and become healthy again?  
(pills).

2. What is herbal treatment called scientifically? (homeopathy).

3. What are the doctor's duties? (he/she treats patients).

Упражнение 5. What makes a healthy lifestyle? Choose from the list and add your own ideas (упражнение помещено на стр. 140 учебника "New English Millennium").

- a) a balanced diet;
- b) a vegetarian diet;
- c) doing regular exercise;
- d) eating a lot;
- e) drinking a lot of water;
- f) having a good rest;
- g) having enough sleep;
- h) being in a good mood;
- i) taking fresh air;
- j) doing sport professionally.

Этап 2. Тема "What's the news?".

На этом этапе изучения медицинской лексики, входящей в структуру публицистических статей, нужно сказать школьникам, что журналисты не только предоставляют материал на медицинские темы, но и используют медицинскую лексику в качестве образного и эмоционального средства.

Вначале преподаватель обращается к функционированию в газетных материалах медицинских терминов и специализированных лексических единиц в прямом значении.

Упражнение 6. Read the article and find their medical words. Write them out. What do they mean? Consult the dictionary.

"In the decades since two of its three mental hospitals closed, Connecticut, like most states, has suffered an acute shortage of psychiatric beds. The statewide inpatient-utilization rate, which measures the number of psychiatric patients treated

in inpatient settings versus the number of beds allocated by the state and private providers, is upwards of 120 percent. In other words, there were more psychiatric inpatients in Connecticut than there were beds allocated to treat them.

This presents several problems. For one, it forces suicidal, homicidal, and otherwise acutely ill patients to wait in emergency rooms for days or weeks on end for a vacant hospital bed. As of this writing, there are no vacant beds in the civil section of Connecticut's large state hospital in Middletown. For another, it discourages people with acute conditions from coming forward to seek inpatient care in the first place. Finally, by effectively reserving the beds at the large state institutions for the most difficult cases—those immediately dangerous to themselves or others, and those with treatment-resistant psychosis—individuals with mental illness living in the community who need more intensive services than the community can provide are left to devolve until they become so ill that they either make an attempt on their own lives or, in rare cases, the lives of others <...>

The purpose of the “asylum” at its inception was to provide the mentally ill with a retreat from the wiles of urban life, a place to pray and reflect, be treated, and work out their neuroses and psychoses in pastoral quiet. Dr. Oliver Sacks, who worked with catatonic patients in New York and in several state hospitals across the country, said the asylum provided control and protection for patients, both from their own (perhaps suicidal or homicidal) impulses and from the ridicule, isolation, aggression, or abuse so often visited upon them in the outside world” (The American Conservative. 31.05,2022).

Школьники читают текст. Выписывают следующие слова и определяют их значение: mental hospital, psychiatric bed, inpatient, psychiatric patients, suicidal, emergency room, acute condition, to treat, homicidal, acutely ill patient, inpatient care, treatment-resistant psychosis, neurose, psychose, asylum, catatonic patient.

Там, где возникают сложности, помогает учитель.

Read the text again. What is this text about?

Затем все вместе снова читают текст, пытаясь понять его смысл. Когда статья переведена, учитель раздает школьникам вновь этот текст, но на месте медицинской лексики – пропуски. Ученики должны восстановить текст, вставив пропущенные слова.

Упражнение 7. Учитель раздает школьникам фрагменты статей, просит прочитать их и прокомментировать образ, который создает лексика медицинской тематики. Например:

Read the abstracts of the articles. Comment on the image created by the use of medical vocabulary:

1) “In Europe, currently paralysed by the novel coronavirus, the European Union has dropped its new privacy standards completely” (American Conservative. 2.04.2020).

Примерный ответ: Western European newspapers describe coronavirus as a living being that spreads fear among the population and paralyzes Europe.

2) “Degenerative disease of American society is racial problem” (American Thinker. 21.08.20012).

3) “American inflation: global phenomenon or homegrown headache?” (The Economist. 25.11.2021).

4) “Australia’s government stirs up hysteria about illegal immigration” (The Economist. 16.02.2019).

5) “Vaccine nationalism means that poor countries will be left behind” (The Economist. 28.01.2021).

6) “Perhaps it is time that we consider our options, and look at 2023 as a time of hospice for our Republic, palliative care” (American Thinker. 28.29.2023).

7) “We came very, very close to a depression. The markets were in anaphylactic shock” (The National Interest. 1.05.2013).

8) “Diabetes is a useful metaphor for the Gulf’s present problems. The region’s economies are struggling to absorb dollars, accumulating like glucose in the bloodstream ...” (The Economist. 24.04.2008).

Упражнение 8. What is a metaphor? What types of metaphor do you know?

Учитель напоминает о метафоре и ее видах и отмечает, что чаще всего в публицистических текстах мы имеем дело с метафорой. Преподаватель предлагает девятиклассникам определить модель метафоры, показывая пример.

Look at an example. Try to define the model of the metaphor

Example: “American inflation: global phenomenon or homegrown HEADACHE?” (The Economist. 25.11.2021).

Model: INFLATION - HEADACHE

Далее ученики должны уже сами по образцу выявить модель, опираясь на предложенные преподавателем тексты.

Try to define models of these metaphors:

1) “If Spain were a PATIENT, the mood in the hospital ward would be tense. Spain’s chances of avoiding intensive care — a full bail-out — are receding to near vanishing-point” (The Economist. 28.07.2012)

2) “Former Texas Gov. Rick Perry is taking the gloves off in his assault on Donald Trump, calling the man leading the GOP presidential polls “a CANCER on conservatism” and “a barking carnival act.”(Time. 22.07.2015).

3) “Coronavirus Is A KILLER (But the Spanish Flu Killed Five Times More People than World War I) (The National Interest. 7.03.2020)

4) “Hatred and violence are threats to human health and global stability. As a medical doctor who researches public health as a tool for peace, I consider hatred a contagious DISEASE and a health emergency of international concern” (“The National Interest”. 31.05.2021).

5) “Of course, the Democrat playwrights never got around to scripting an Act III, and instead, they now face the unfolding reality theater, where Joe is DISABLED but has no replacement” (American Thinker. 06.07.2021).

Упражнение 9. Учитель раздает школьникам контексты, построенные на метафоре, сравнениях, эпитетах, оксюмороне и просит их определить, какое образное средство из трех перечисленных используется в данном фрагменте текста.

Remember:

A metaphor is a figure of speech that, for rhetorical effect, directly refers to one thing by mentioning another. It may identify hidden similarities between two different ideas.

A simile is a figure of speech that directly compares two things. It differs from metaphors by highlighting the similarities between two things using comparison words such as "like", "as", "so".

An epithet is a literary device that describes a person, place, or object by accompanying or replacing it with a descriptive word or phrase.

An oxymoron is a figure of speech that juxtaposes concepts with opposite meanings within a word or in a phrase that is a self-contradiction.

Choose the correct answer:

1) “Empathy is misplaced and misused. Empathy should flow towards victims of violence not perpetrators... and should not be used to... justify acts of terror. This epidemic of empathy has to be stopped before it kills again and again” (Americal Thinker. 13.01.2015).

- a) simile
- b) metaphor
- c) epithet

2) “No Amnesty for Pandemic Tyranny” (The American Conservative. 2.11.2022).

- a) epithet
- b) oxymoron
- c) metonymy

3) “Vaccine nationalism means that poor countries will be left behind” (The Economist. 28.01.2021).

- a) epithet
- b) metonymy
- c) metaphor

4) “Following Trump’s election victory, humour was quickly seen by disoriented liberals as both a balm and a weapon” (The National Interest. 7.09.2020).

- a) metonymy
- b) simile
- c) metaphor

5) “America’s inflation fever may be breaking at last” (The Economist. 13.12.2022).

- a) epithet
- b) metonymy
- c) metaphor

6) “Germany... has not only prudently managed its finances – both public and private—but is also one that has conducted painful economic reforms over the past decade” (The Economist. 19.02.2009).

- a) metonymy
- b) epithet
- c) metaphor

7) “Treating your business idea as a science experiment will save you time, money and heartache”. (Forbes. 27.06.2019).

- a) epithet
- b) oxymoron
- c) metonymy

8) “What occurred in Charlottesville has no place in our country. Hate is a cancer, and left unchecked it destroys everything in its path. Its scars last generations. History has taught us this time and time again, both in the United States and countries around the world?” (Entrepreneur. 17.08.2017).

- a) simile
- b) metaphor
- c) epithet

Этап 3. Домашнее задание. Обобщение тем “Healthy Body, Healthy Mind” и “What’s the News?”.

Упражнение 10. Some of correspondents write political articles, some prefer to write about economic problems. Both of them can use the medical words in their articles.

Учитель обращается к уже изученным выше фрагментам статей, относящихся к экономическому и политическому дискурсу, читая их вместе с классом и пытаясь разобраться в тематике статьи и в образе, который создает медицинская лексика. Далее он дает домашнее задание школьникам:

You will be divided into two groups. The students of the first group are economists, the students of the second group are politicians. Your task is to find articles on the websites of American and British newspapers (“The American Conservative”, “American Thinker”, “The Economist”, “Forbes”, “Insider”, “The National Interest”, “The New York Times”, “The Time”,) articles that use medical vocabulary. Prepare a presentation for this article. Don't forget to express your opinion.

Критерии оценивания:

1 этап. Оценку «5» получает ученик, если он верно выполнил больше 70% заданий этапа. Оценку «4» получает ученик, который верно выполнил 70% упражнений. Оценка «3» ставится при верном выполнении 50 % заданий. Оценка «2» ставится, если ученик верно выполнил менее 50 % заданий.

2 этап. Оценку «5» получает ученик, который понял главную мысль текста, выделил основную информацию, догадался о значении неизвестных ему слов по контексту, обосновал свою позицию. Оценку «4» получает ученик, который верно выполнил 70% упражнений 2 этапа и аргументировал свою позицию лишь в двух из четырех упражнений. Оценка «3» ставится при верном выполнении 50 % заданий 2 этапа. Оценка «2» ставится, если ученик понял менее 50 % текста и не привёл аргументацию своей позиции.

3 этап. Оценку «5» получает ученик, если он справился с задачами этапа. Присутствует связность и логическая последовательность высказывания. Диапазон используемых языковых средств достаточно широк. Языковые средства были употреблены верно, количество допущенных ошибок незначительно, и они не препятствуют пониманию высказывания. Наблюдалась лёгкость речи и правильное произношение. Оценка «4» выставляется, если учащийся выстраивает ответ связно и последовательно, однако, совершает ошибки, которые нарушают коммуникацию. Оценку «3» получает ученик, если он сумел решить поставленную речевую задачу, но диапазон языковых средств был ограничен, объем высказывания был меньше нормы. Ученик допускал языковые ошибки, препятствующие пониманию высказывания. Нарушалась последовательность высказывания. Оценка «2» ставится ученику, если он только частично справился с решением коммуникативной задачи. Работа не соответствовала указанным требованиям. Учащийся совершил большое количество ошибок, которые затрудняют коммуникацию.

Общая оценка «3» ставится при верном выполнении двух и более этапов на «3». Общая оценка «4» ставится при верном выполнении двух и более этапов на «4» и отсутствии оценки «2». Общая оценка «5» при верном выполнении двух и более этапов на «5» и отсутствии оценок «2» или «3».

Итак, в процессе изучения массмедийных текстов с элементами медицинского дискурса мы пришли к выводу, что данные тексты можно эффективно использовать на уроках английского языка (в данном случае в рамках тем “Healthy Body, Health Mind” и “What’s the News?”). Конечно, многие из этих заданий сложны для девятиклассников, и их могут выполнить только ученики с высоким уровнем знаний, хотя не обязательно в профильных классах. Тем не менее, такая работа способствует формированию навыков чтения медийных текстов, в том числе и таких, которые связаны в той или иной степени с медициной.

## Выводы по второй главе

В процессе изучения массмедийных текстов политической и экономической тематики мы выявили 115 лексических единиц медицинского дискурса, которые распределились по 8 лексико-семантическим группам: «Заболевания» (62 ед.), «Лекарственные средства» (8 ед.), «Медицинские работники и пациенты» (9 ед.), «Организм человека» (7 ед.), «Медицинские манипуляции» (6 ед.), «Лечение» (12 ед.), «Медицинские учреждения» (6 ед.), «Медицинская аппаратура и инвентарь» (5 ед.). Самой многочисленной группой, представленной в медийной публицистике является ЛСГ «Заболевания».

Большинство англоязычных массмедийных текстов, в которых функционируют лексические единицы медицинской тематики, принадлежат к политическому и экономическому дискурсам. Политические массмедийные тексты представлены 52 единицами медицинского дискурса. Они распределились по 73 контекстам. В состав массмедийных экономических текстов (53 контекста) входит 63 лексические единицы. Элементы медицинского дискурса в экономических статьях чаще всего используются в своем прямом значении. Эмоциональных и экспрессивно-образных единиц текстах статей экономической тематики намного меньше, чем в политических текстах.

Лексические единицы медицинского дискурса в медийных текстах могут стать стилистическими средствами языковой выразительности. Мы выявили наличие в них таких тропов, как метафора, сравнение, метонимия, гипербола, эпитет, оксюморон, каламбур. Среди всех средств языковой выразительности в данных текстах превалирует метафора. Поскольку использование метафор позволяет полностью раскрыть любую политическую или экономическую тему в доступной, ясной, а иногда и занимательной форме. Это обеспечивает возможность людям, далеким от

экономики и политики, легко понять суть представленной в статье проблемы, отражающей реальность современного мира.

Медиатексты экономической и политической тематики, в структуру которых входят элементы медицинского дискурса, можно использовать в процессе преподавания английского языка. У них богатый лингводидактический потенциал. Включать эти тексты следует в процессе изучения тем, связанных со здоровьем и массмедиа. Нами представлен комплекс упражнений, основанных на массмедийных текстах политической и экономической тематики с использованием медицинской лексики, для развития лексических навыков у школьников, навыков чтения и работы с современным медийным текстом.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование было посвящено анализу и описанию текстов масс-медиа, в которых функционируют лексические элементы медицинской семантики, т.е. номинации, представляющие медицинский дискурс. Больше всего таких номинаций мы обнаружили в публицистических текстах политической и экономической тематики. Поэтому за основу нашего исследования мы взяли именно эти тексты.

Сегодня, когда медицина становится всё более привычной частью повседневной жизни, выходя за рамки профессионально-специализированной коммуникации, всё большее количество медицинских терминов и других номинаций, представляющих сферу медицины, входят в структуру публицистических статей, в которых они становятся маркерами образа. Кроме того, элементы медицинского дискурса наполняют медиатексты экспрессивностью и эмоциональностью.

Медицинский дискурс в публикациях, посвященных экономике и политике, представлен довольно широко. В него входят номинации заболеваний, лекарственных средств, позволяющих справиться с этими заболеваниями, медицинских манипуляций и процесса лечения и др. Одни из них представлены в своем прямом значении (как правило, это экономические тексты), другие используются во «вторичной» номинации, став метафорами, сравнениями, эпитетами и другими средствами языковой выразительности.

В процессе исследования мы доказали, что элементы медицинского дискурса, которые органично входят в структуру массмедийных текстов, играют большую роль в репрезентации политических и экономических ситуаций. Простой смысл лексических единиц медицинской тематики позволяет полностью раскрыть любую политическую или экономическую тему в доступной, ясной, а иногда и занимательной

форме. Это обеспечивает возможность людям, далеким от экономики и политики, легко понять суть представленной в статье проблемы, отражающей реальность современного мира. Таким образом, медицинский дискурс является одним из важнейших путей формирования политического и экономического дискурса в английском языке.

В процессе исследования мы сделали вывод, что в экономических текстах образных средств меньше, чем в политических. Это объясняется тем, что в экономическом дискурсе главной целью является информирование, а в политическом дискурсе — воздействие на аудиторию. Следует отметить, что лексические единицы медицинского дискурса в медийных текстах могут стать стилистическими средствами языковой выразительности. Мы выявили наличие в них таких тропов, как метафора, сравнение, метонимия, гиперболо, эпитет, оксюморон и каламбур. Среди всех средств языковой выразительности в данных текстах превалирует метафора. Поскольку использование метафор позволяет полностью раскрыть любую политическую или экономическую тему в доступной, ясной форме, что обеспечивает возможность людям, далеким от экономики и политики, легко понять суть представленной в статье проблемы.

В данной работе нами был исследован еще один важный аспект взаимодействия политического и экономического дискурсов с медицинским дискурсом. Мы попытались внедрить исследованный нами лингвистический материал в практику преподавания иностранного языка. На наш взгляд, публицистические материалы массмедийного пространства, в состав которых входят элементы медицинского дискурса, можно включать при изучении тем “Health” и “Mass-media”. Мы предложили систему упражнений, связанную с чтением и изучением политических и экономических статей, в которых тем или иным способом отражен медицинский дискурс. Мы доказали, что использование на уроках английского языка подобных материалов благотворно влияет на

мотивацию учащихся и делает урок увлекательным процессом, побуждающим учеников совершенствовать научные знания.

Необходимо подчеркнуть, что чтение медийных текстов полезно для учащихся, прежде всего, потому, что для них это наиболее лёгкий путь к осознанию английского языка как живого средства общения. Медицинский же дискурс позволяет преподавателям английского языка познакомить учеников с как с повседневной, так и с узко профессиональной лексикой медицинской сферы, тесным образом связанной с политической и экономической сферами жизни.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абрамова, Е. С. Массмедийный дискурс: сущность и особенности [Текст]. В 3 ч. Ч. 1. Филологические науки. Вопросы теории и практики / Екатерина Сергеевна Абрамова. – Тамбов : Грамота, 2014. – С. 17–19.
2. Антонова, Л. Г. Медиатексты в современной массовой коммуникации [Текст] / Любовь Георгиевна Антонова // Ярославский педагогический вестник. – 2011. – № 2. (Т.1). – 275 с.
3. Барсукова, М. И. Медицинский дискурс: стратегии и тактики речевого поведения врача [Текст] : дис. ... канд. филолог. наук : 10.02.01 : *защита* 20.03.07 : *утв.* 22.11.07 / Марина Игоревна Барсукова. – Саратов, 2007. – 21 с.
4. Бенвенист, Э. Общая лингвистика [Текст] / Эмиль Бенвенист. – Москва : УРСС, 2010. – 447 с.
5. Богуславская, В. В. Моделирование текста: лингвосоцикультурная концепция [Текст] / Вера Васильевна Богоуславская // Анализ журналистских текстов. – Москва : ЛКИ, 2008. – 280 с.
6. Васильева, Е. Ю. Функционально-прагматический аспект медицинского медиадискурса [Текст] : дис. ... канд. филолог. наук : 10.02.19 : *защита* 28.08.19 : *утв.* 18.11.19 / Васильева Елена Юрьевна. – Волгоград, 2019. – 214 с.
7. Горбачева, Е. В. Политический дискурс как механизм формирования государственно-гражданских отношений [Текст] : автореф. дис. ... канд. полит. наук : 10.02.07 : *защита* 23.05.07 : *утв.* 21.03.07 / Горбачева Елена Викторовна. – Москва, 2007. – 23 с.
8. Гроза, О. Л. и др. Английский язык : Английский язык нового тысячелетия / New Millennium English [Текст] : учебник англ. яз. для 9 кл. общеобраз. учрежд. // Ольга Леонидовна Гроза. – Обнинск : Титул, 2007. – 192 с.

9. Добросклонская, Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов [Текст] / Татьяна Георгиевна Добросклонская // Опыт исследования современной английской медиаречи. – Москва : КРАСАНД, 2010. – 288 с.
10. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика [Текст] / Татьяна Георгиевна Добросклонская // Системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь). – Москва : Флинта: Наука, 2008. – 263 с.
11. Добросклонская, Т. Г. Язык средств массовой информации [Текст] / Татьяна Георгиевна Добросклонская. – Москва : КДУ, 2009. – 116 с.
12. Евтушина, Т. А. Экономический дискурс как объект лингвистического исследования [Текст] / Татьяна Александровна Евтушина // Вестник Челябинского государственного университета. – 2014. – №6 (335). – С. 42–46.
13. Ерещенко М. В. Медиадискурс: коммуникативные тактики и стратегии [Текст] / Маргарита Владимировна Ерещенко // Инновационные технологии в науке и образовании: сб. науч. тр. – Ростов-на-Дону : ООО «ДГТУ Принт», 2020. – 375 с.
14. Ефанов, А. А. Технология конструирования профессионального имиджа медицинского работника: медиадискурс COVID-19 [Текст] / Александр Александрович Ефанов // Технологии в инфосфере : Технологии и медиасреды информационного. – 2021. – № 2(3). – С. 16–38.
15. Ефремова, Н. В. Когнитивно-дискурсивные механизмы создания медицинского текста [Текст] : дис. ... канд. филолог. наук : 10.02.19 : защищена 26.07.17 : утв. 12.12.17 / Ефремова Наталия Валерьевна. – Волгоград. – 215 с.
16. Желязовска-Собчик, М. Дискурс в медицине : краткий обзор мировой литературы / Магда Желязовска-Собчик. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2019. – С. 35–42.

17. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи [Текст] / Оксана Сергеевна Иссерс. – Москва : Издательство ЛКИ, 2008. – 284 с.
18. Карасик, В. И. О типах дискурса [Текст] / Владимир Ильич Карасик // Языковая личность : институциональный и персональный дискурс. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 5–20.
19. Карымшакова, Т. Г. Лингвистические технологии речевого воздействия в медицинском дискурсе [Текст] : дис. ... канд. филол. наук : 05.02.15 : *защита* 22.04.15 : *утв.* 23.09.15 / Карымшакова Татьяна Геннадьевна. – Улан-Удэ, 2015. – 201 с.
20. Касымова, О. П. Медицинский дискурс в современной лингвистике [Текст] / Ольга Павловна Касымова // Вестник Башкирского университета. – 2017. – № 3 (Т. 22). – С. 767–773.
21. Кожарнович, М. П. Медиатизация медицинского дискурса: способы, атрибуты и риски [Текст] / Марина Петровна Кожарнович // Медиалингвистика. – 2021. – № 4 (Т. 8). – С. 421–437.
22. Косицкая, Ф. Л., Матюхина, М.В. Английский медицинский дискурс в сфере профессиональной коммуникации [Текст] / Фаина Леонидовна Косицкая, Мария Викторовна Матюхина // Вестник ТГПУ. – 2017. – № 6 (183). – С. 44–48.
23. Красных, В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? [Текст] / Виктория Владимировна Красных. – Москва: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 375 с.
24. Лисицкая, Л. Г. Стилистическая характеристика языка современных медиатекстов [Текст] / Лариса Григорьевна Лисицкая // Вестник Ставропольского государственного университета. – 2010. – № 66. – С. 214–219.
25. Махницкая, Е. Ю. Современный экономический дискурс в когнитивной парадигме [Текст] / Елена Юрьевна Махницкая. – Москва : РИНХ, 2007. – 232 с.

26. Мельник, Г. С. Медиа́текст как объект лингвистических исследований [Текст] / Галина Сергеевна Мельник // Журналистский ежегодник. – 2012. – № 1. – С. 27–29.

27. Наминова, Г. А. Политический дискурс в современной России: проблемы достижения общественного согласия [Текст] : дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 : защищена 07.02.01 : утв. 23.08.01 / Гелла Александровна Наминова. – Москва, 2001. – 192 с.

28. Николаева, Т. М. «Лингвистическая демагогия» [Текст] / Татьяна Михайловна Николаева // Прагматика и проблемы интенциональности. – Москва : ЯСК, 1998. – С. 154–165.

29. Русакова, О. Ф. Политический медиадискурс и медиатизация политики как концепты политической коммуникативистики [Текст] / Ольга Федоровна Русакова // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. – 2014. – № 4 (Т. 14). – С. 65–77.

30. Современный медиа́текст [Текст] : учебное пособие. – Омск, КомКнига, 2011. – 414 с.

31. Солганик, Г. Я. К определению понятий «текст» и «медиа́текст» [Текст] / Григорий Яковлевич Солганик // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. – 2005. – № 2. – С. 7–15.

32. Сулина, О. В. Политический медиадискурс как элемент дискурсивного пространства [Текст] / Олеся Вячеславовна Сулина // Вестник ВГУ. Серия 8. Филология. – 2014. – №1. – С. 217–222.

33. Таюпова, О. И. Медиамедицинский дискурс как объект лингвистического исследования [Текст] / Ольга Ивановна Таюпова // Российский гуманитарный журнал. – 2019. – № 8. – С. 352–360.

34. Чернявская, В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия [Текст] / Валерия Евгеньевна Чернявская. – Москва : Флинта : Наука, 2006. – 136 с.

35. Чертоусова, С. В. Экономический медиа-дискурс и его характеристики [Текст] / Светлана Викторовна Чертоусова // Эволюция и трансформация дискурсов. – Самара : Самарский государственный университет, 2016. – С. 145–152.
36. Чудинов, А. П. Политическая лингвистика [Текст] / Антон Павлович Чудинов. – Москва : Флинта : Наука, 2006. – 254 с.
37. Чудинов, А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации [Текст] / Антон Павлович Чудинов. – Екатеринбург : УрГПУ, 2003. – 248 с.
38. Чудинов, А. П. Россия в метафорическом зеркале [Текст] / Антон Павлович Чудинов // Когнитивное исследование политической метафоры. – Екатеринбург : УрГПУ, 2001. – 238 с.
39. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса [Текст] / Елена Иосифовна Шейгал. – Москва : Гнозис, 2004. – 324 с.
40. Шереметьева, А. А. Основные характеристики экономического дискурса [Текст] / Анна Алексеевна Шереметьева // Вестник Кузбасской государственной педагогической академии. – 2011. – № 7. – 10 с.
41. Dictionary of Medical Terms [Текст]. – London : A & C Black, 2007. – 481 p.
42. Taavitsainen T. Medical discourse: early genres, 14th and 15th centuries [Текст] / Topias Taavitsainen // The Encyclopedia of Language & Linguistics. – New York : Elsevier, 2006. – Pp. 668–694.
43. Van Naerssen M. Medical Records: One Variation of Physician's Language [Текст] / Margaret van Naerssen // International Journal of the Sociology of Language. – 1985. – № 51. – Pp. 43–73.
44. The American Conservative [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.theamericanconservative.com> [Дата обращения 25.03.2023].
45. American Thinker [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.americanthinker.com> [Дата обращения 19.04.2023].

46. The Economist [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.economist.com> [Дата обращения 23.03.2023].
47. Entrepreneur [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.entrepreneur.com> [Дата обращения 29.03.2023].
48. Forbes [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.forbes.com> [Дата обращения 12.04.2023].
49. Insider [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.insider.com> [Дата обращения 02.04.2023].
50. The National Interest [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://nationalinterest.org> [Дата обращения 24.03.2023].
51. The New York Times [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.nytimes.com> [Дата обращения 26.04.2023].
52. The Time [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://time.com> [Дата обращения 20.04.2023].