

Мендограло Даниил Викторович, студент,  
Луганский государственный педагогический университет  
Mendogralo Daniil Viktorovich,  
Lugansk State Pedagogical University

**ДИСКУРСИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ:  
ОСОБЕННОСТИ НОВОСТНОЙ И АНАЛИТИЧЕСКОЙ ПОДАЧИ  
DISCURSIVE FEATURES OF ENGLISH-LANGUAGE MEDIA:  
FEATURES OF NEWS AND ANALYTICAL DELIVERY**

**Аннотация.** В статье анализируются дискурсивные особенности англоязычных средств массовой информации, выявляя специфику новостной и аналитической подачи материала. Рассматриваются лексико-стилистические средства репрезентации действительности, приемы языкового манипулирования и роль эмоционально окрашенной лексики в формировании общественного мнения. Особое внимание уделяется различиям в прагматических установках информационных и аналитических текстов, а также механизмам воздействия на реципиента через заголовочные комплексы и оценочную лексику.

**Abstract.** This article analyzes the discursive features of English-language media, identifying the specifics of news and analytical delivery. It examines lexical and stylistic means of representing reality, techniques of linguistic manipulation, and the role of emotionally charged vocabulary in shaping public opinion. Particular attention is paid to the differences in the pragmatic approaches of news and analytical texts, as well as the mechanisms of influencing the recipient through headline complexes and evaluative vocabulary.

**Ключевые слова:** Медиалингвистика, англоязычные СМИ, новостной дискурс, аналитический дискурс, языковое манипулирование, эмоциональная лексика, заголовки, репрезентация действительности.

**Keywords:** Media linguistics, English-language media, news discourse, analytical discourse, linguistic manipulation, emotional vocabulary, headlines, representation of reality.

Современный медиальный ландшафт отличается высокой степенью информатизации и жесткой конкуренцией за внимание аудитории. Это обуславливает необходимость детального изучения дискурсивных стратегий англоязычных СМИ. Новостной и аналитический дискурсы, являясь доминирующими форматами передачи информации, обладают специфическими лингвистическими маркерами. Они определяют способы конструирования картины мира и влияют на когнитивные установки реципиента. Актуальность исследования продиктована потребностью в систематизации знаний о механизмах языкового воздействия. В условиях глобализованного информационного пространства граница между фактом и интерпретацией часто размывается [3, с. 6].

Новостной дискурс традиционно ориентирован на оперативную передачу фактической информации. Для него характерно стремление к объективности и нейтральности изложения. Однако современные исследования показывают: полная нейтральность недостижима. Выбор лексических средств, синтаксических конструкций и порядка изложения фактов всегда несет элементы субъективности. Конструирование идентичности в медиадискурсе осуществляется через взаимосвязанные механизмы: категоризацию (отнесение к социальным группам), позиционирование (определение ролей) и легитимацию определенных норм, что позволяет не просто описывать существующие группы, но и активно формировать их [7, с. 128]. Универсальные лексические средства массмедийного дискурса, выявленные на



основе корпусных исследований, демонстрируют тенденцию к стандартизации языка новостей. Это облегчает восприятие информации, но одновременно создает шаблоны репрезентации событий [1, с. 20]. В новостных текстах преобладают глаголы действия, имена собственные и конкретная лексика. Они обеспечивают эффект присутствия и достоверности.

В отличие от новостного, аналитический дискурс предполагает глубокую интерпретацию событий. Здесь выявляются причинно-следственные связи и прогнозируется развитие ситуаций. На первый план выходят оценочные суждения, аргументация и авторская позиция. Языковые средства репрезентации действительности в аналитике становятся более сложными и многоплановыми. Используются модальные глаголы, вводные конструкции, риторические вопросы и метафоры. Они позволяют автору выстроить собственную логику осмысления происходящего [3, с. 6]. Аналитический текст не просто информирует, но и убеждает, формируя у читателя определенное отношение к проблеме.

Особую роль в обоих типах дискурса играют заголовки. Они функционируют как ключевой инструмент привлечения внимания и предварительного программирования восприятия текста. Искусство языкового манипулирования в заголовках англоязычных СМИ заключается в использовании приемов компрессии информации, игры слов, аллюзий и намеренного искажения акцентов. Заголовок может содержать имплицитную оценку или намек. Он раскрывается только при чтении основного текста, что заставляет реципиента обращаться к материалу [2, с. 276]. Приемы речевого манипулирования, такие как навешивание ярлыков, использование эвфемизмов или дисфемизмов, позволяют скрыто транслировать идеологические установки издания. Воздействие оказывается на подсознание читателя [4, с. 35].

Эмоционально окрашенная лексика – мощное средство воздействия в медиатекстах. Несмотря на декларируемую объективность новостей, использование слов с сильной коннотацией позволяет журналистам управлять эмоциональным состоянием аудитории. В деловой и политической корреспонденции эмоциональная лексика часто маскируется под терминологическую точность. Однако ее прагматический потенциал остается высоким [5, с. 3927]. Эмотивные коннотации английских новостных заголовков могут существенно меняться при переводе на другие языки. Это создает дополнительные трудности для межкультурной коммуникации и требует особого внимания при анализе исходного текста [6, с. 88].

Языковое манипулирование в англоязычных СМИ, особенно в таких влиятельных изданиях, как *The New York Times*, строится на сложных дискурсивных стратегиях. Они включают селекцию фактов, их компоновку и лексическое оформление. Манипулятивные приемы направлены на то, чтобы представить определенную точку зрения как единственно верную или общепринятую. Это достигается через использование пассивных конструкций, номинализаций и специфических глаголов речи. Последние имплицитно выражают отношение автора к источнику информации [4, с. 38].

Различия в дискурсивных особенностях новостной и аналитической подачи проявляются также в структуре текста и использовании связующих элементов. Новостной текст строится по принципу «перевернутой пирамиды». Самая важная информация располагается в начале. Аналитическая статья имеет более свободную композицию, подчиненную логике аргументации. Лексическое наполнение аналитики более разнообразно. Оно включает абстрактную терминологию, оценочные прилагательные и наречия, усиливающие экспрессивность высказывания [1, с. 22].

Важным аспектом является взаимодействие вербальных и невербальных компонентов в современном медиатексте. Однако языковые средства остаются первичными в формировании смыслов. Понимание дискурсивных особенностей англоязычных СМИ



необходимо не только для лингвистического анализа, но и для формирования медиаграмотности. Способность распознавать манипулятивные техники и оценивать степень объективности подачи материала становится ключевой компетенцией современного потребителя информации.

Таким образом, дискурсивные особенности англоязычных СМИ характеризуются сложным взаимодействием информационных и воздействующих функций языка. Новостной дискурс, стремясь к фактологической точности, использует стандартизированные лексические средства и специфические заголовочные комплексы для привлечения внимания. Аналитический дискурс, напротив, опирается на оценочную лексику, сложные синтаксические конструкции и приемы аргументации для формирования интерпретационной рамки событий. Языковое манипулирование, реализуемое через выбор лексики, синтаксиса и заголовков, является неотъемлемой частью обоих типов дискурса. Оно отражает идеологические и коммерческие интересы медиаинституций. Важно учитывать, что эффективность этого воздействия не predetermined, а варьируется в зависимости от уровня критической рецептивности аудитории и ее социокультурного бэкграунда [7, с. 128]. Дальнейшее исследование данных процессов перспективно в контексте развития цифровых платформ и изменения паттернов потребления новостей.

*Список литературы:*

1. Мощева, С. В. Массмедийный дискурс: универсальные лексические средства (на основе англоязычного корпуса) / С. В. Мощева // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. – 2024. – № 3. – С. 19-25.
2. Орлова, С. Н. Искусство языкового манипулирования в заголовках англоязычных СМИ / С. Н. Орлова // Современное педагогическое образование. – 2021. – № 11. – С. 275-281.
3. Пищина, М. О. Языковые средства репрезентации действительности в англоязычном медиадискурсе / М. О. Пищина // Огарёв-Online. – 2019. – № 6. – С. 6.
4. Синцеров, Л. Л. Приемы речевого манипулирования в текстах статей американской газеты The New York Times / Л. Л. Синцеров // Исторический журнал: научные исследования. – 2022. – № 3. – С. 33-42.
5. Соловьева, Ю. А. Эмоционально окрашенная лексика в англоязычной деловой корреспонденции / Ю. А. Соловьева // Столыпинский вестник. – 2023. – № 5. – С. 3927-3928.
6. Филясова, Ю. А. Репрезентация эмотивных коннотаций английских новостных заголовков при переводе на русский язык / Ю. А. Филясова // Вопросы современной лингвистики. – 2023. – № 4. – С. 87-101
7. Koknova, T. A. English-language text as a means of social identity formation: discourse analysis / T. A. Koknova, L. I. Kharchenko // Вестник Луганского государственного педагогического университета. Серия Филологические науки. – 2026. – No. 1(131). – P. 123-131.

