every moment to generate needed sense. The text appears a pseudo-object because the consciousness in any conditions generates or perceives only one communicative action. Author's or the addressee's consciousness, staying in a point of the communicative moment, makes nonlinear procedures. To produce sense each action needs to be "connected" to author's consciousness.

Key words: communication, action, text, discurse (conceived moment of communicative action), consciousness.

References:

1. Vdovichenko, A. V. (2008). Rasstavanie s "yazykom". Kriticheskaya retrospektiva lingvisticheskogo znaniya [Parting with "Language". Critical Retrospective of the Linguistic Knowledge]. Moscow, 2008.
2. Vdovichenko, A. V. (2016). O nesamotozhdestvennosti yazikovogo znaka. Prichini i sledstvia "lingvisticheskogo imiaslavia [Non-self-identity of a linguistic sign. Causes and effects of the "linguistic onomatodoxia"]. *Voprosy Philosophii* [*Issues of Philosophy*], №6, 164–175.

Экспликация идеологем в англоязычном медийном дискурсе

Л. Н. Великова
Российская таможенная академия

Аннотация

Исследование посвящено описанию поликодовых (вербальных и невербальных) средств экспликации идеологем в англоязычном медийном дискурсе, минимальной единицей которого признается медиатекст. Актуальность исследования определяется возрастающим влиянием медиа на жизнь современного общества. Идеологема рассматривается в духе М. М. Бахтина — как репрезентация той или иной идеологии — и вместе с тем как единица когнитивного уровня. Анализируя разные средства экспликации сопряженных идеологем НАЦИОНАЛЬНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ и ВНЕШНЯЯ УГРОЗА в англоязычных медиаресурсах, автор пришел к выводу о том, что идеологемы являются "многослойными" концептами, отражающими как расстановку политических сил в мире, так и национальные стратегии развития отдельных государств. Более того, идеологемы, укореняясь в социально-политической жизни общества, оказывают существенное влияние на его развитие, зачастую определяя вектор этого развития.

Ключевые слова: идеологема, медиатекст, медиадискурс, язык СМИ.

В современном информационном обществе особую актуальность приобретает изучение "дискретных единиц медиапотока", причем основной единицей признается медиатекст — "объемное многоуровневое явление", "совокупность вербальных и медийных признаков" [3, с. 40–41].

Медиатекст определяется в данной работе в широком смысле — как экспликация медийного дискурсивного контента, функционально "запрограммированного" на передачу в массмедиа социально значимой информации. Дискурс понимается как целенаправленное социальное действие, как компонент, который участвует во взаимоотношениях людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах), то есть как "речь, погруженная в жизнь" [1, с. 136–137]. Дискурс соотносим с понятием "текст", однако отличается от последнего тем, что рассматривается одновременно и как процесс, и как результат в виде фиксированного текста [7, с. 53].

Как справедливо полагает Т. Г. Добросклонская, "тексты массовой информации почти всегда 'прозрачны', поскольку в их словесной ткани четко просматриваются идеологические структуры, лежащие в основе их создания"; "в языке СМИ быстрее всего отражаются социально-идеологические изменения в обществе, фиксируются новые понятия и идеологемы, что определяет когнитивно-идеологическую природу языка СМИ" [Там же, с. 23, 165].

Нас прежде всего интересует идеологическая подоплека медиатекстов, укладывающаяся в рамки концепта "идеологема", средства выражения которого в актуальном англоязычном медиатексте составляют предмет нашего исследования. Материалом исследования послужили медиатексты американских и британских интернет-СМИ (The Guardian, The New York Time, The Washington Post, Fox News), в том числе креолизованные медиатексты, то есть поликодовые текстовые образования, в которых "вербальные и невербальные элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, нацеленное на комплексное воздействие на адресата" [8, с. 161]. В фокусе нашего исследования оказалась идеологема НАЦИОНАЛЬНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ и сопряженная с ней идеологема ВНЕШНЯЯ УГРОЗА применительно к обеим культурам — американской и британской. Данный выбор не случаен, поскольку именно эти идеологемы, на наш взгляд, опираются на архетипические паттерны "свой/чужой", определяющие современный англоязычный политический и, соответственно, медийный дискурс по обе стороны Атлантики. В качестве медиатопиков нами выбраны "Брексит" (Brexit) для Великобритании и "Закон о миграции" (Travel Ban) в отношении США, поскольку именно эти темы не сходят сегодня с повестки английских, американских, да и мировых СМИ в целом. Методический аппарат исследования включает комплекс методов: описательный метод (наблюдение, обобщение, интерпретация языковых фактов), контекстуальный и компонентный анализ.

Феномен "идеологема" не впервые привлекает внимание лингвистов. Авторство данного термина принадлежит, как известно, М. М. Бахтину, который трактует идеологему как "экспликацию, способ репрезентации той или иной идеологии"; "словесно-идеологические и социальные кругозоры", каждый из которых отражает "свою социально-идеологическую смысловую конъюнктуру" [2, с. 101, 104]. Идеологема характеризуется понятийной размытостью, обусловленной "крайней неоднозначностью, хотя и операциональной привлекательностью самого феномена" [4, с. 33].

Вслед за Е. Г. Малышевой, мы склонны понимать под идеологемой "единицу когнитивного уровня — *особого типа многоуровневый концепт, в структуре которого […] актуализируются идеологически маркированные концептуальные признаки, заключающие в себе коллективное, часто стереотипное и даже мифологизированное представление носителей языка о власти, государстве, нации, гражданском обществе, политических и идеологических институтах"* [4, с. 35].

Идеологемы репрезентируются в текстовом пространстве дискурса; медиатексты же, в свою очередь, "собираются из заданного лексико-синтаксического материала, 'расфасовываются' в […] готовые устойчивые формы (медиаформаты), превращаясь в тематически связанные, лингвистически предсказуемые произведения речи" [3, с. 28]. В поле нашего зрения попадают медиатексты жанра "новости" (news) и информационная аналитика (opinion, commentary), а также редакционные статьи — так называемые "передовицы" (editorials).

По мнению М. Новак, идеологемы есть не что иное, как ценности, обнаруживающие саму идеологию; идеологема выполняет определённое культурное действие, используется с определённой целью — воздействие на сознание адресата, изменение некоторого положения дел, закрепление (легитимация) определённой картины мира; при этом идеологема всегда выражает некоторые базовые концепты идеологии, "приобретая" различные формы выражения [5].

Идеологемы, как правило, определяют не только национальные стратегии развития отдельных государств, но и расстановку сил на мировой геополитической арене, причем СМИ как трансляторы идеологем играют в этом все большую и большую роль. Их влияние на современную жизнь, в том числе политику и другие важные сферы, нельзя переоценить: "Современность — это исключительно медийный проект, а медиа — ключевой феномен современного общества и культуры, их нередуцируемая реальность" [6, с. 20].

В свою очередь, средства массовой информации несвободны от влияния извне (со стороны их владельцев, учредителей, государства, определенных финансовых и прочих групп, то есть "бенефициаров" (в узком и широком смысле), что в англоязычной традиции вполне укладывается в понятие *bias* "предвзятость, пристрастность, необъективность". Идеологемы в современном медийном дискурсе часто предстают как мифологемы, формируя "параллельные миры" в сознании массовой аудитории.

Обязательной формой существования идеологем является знаковая форма (например, слово или визуальный образ), причем в качестве минимальных "вербальных репрезентантов" идеологем могут выступать соответствующие лексические единицы, интегрированные в текст [5]: *Stephen Crabb, a former work and pension secretary, said that Theresa May urgently needed to outline* ***a new set of values for a post-Brexit immigration system****, or the public may face* ***a rude awakening****. […] a vote for Brexit was indeed a vote to take back control and return to Westminster* ***the full tools to cut immigration.*** *(The Guardian, 03/02/2017).* Газета "Гардиан" недвусмысленно указывает на существующую в британском обществе тревогу по поводу волны иммиграции, которая захлестнула Соединенное Королевство; на связанную с этим необходимость вернуть Британии всю полноту власти в решении вопроса об иммиграции и, в контексте предстоящего выхода Британии из Евросоюза, разработать новую систему ценностей. В противном случае страну может ожидать, как следует из метафоры *a rude awakening,* "тяжелое пробуждение". Однако, принимая во внимание сложившиеся экономические реалии и потребность Британии в трудовых ресурсах извне, а также гуманистическую сторону данной проблемы, Стивен Крэбб, занимавшийся ранее вопросами труда и пенсионного обеспечения, предупреждает, что Брексит может и не принести желаемого сокращения количества иммигрантов:*"There could be* ***another rude awakening*** *for the public when they realise that* ***Brexit will not mean a cut in immigration after all*** *[…] It would be far better for the government to be upfront with the British public now and begin explaining current labour market and demographic realities. The previous* ***pledge to cut immigration*** *to the tens of thousands is, in truth,* ***increasingly irrelevant****." (The Guardian, 03/02/2017).*

Подобные же страхи, обусловленные массовым притоком иммигрантов, терзают и американцев, включая президента Д. Трампа, который попытался "протащить" закон об ограничении въезда в США гражданам 7 (в более поздней версии — 6) мусульманских стран. Эта инициатива президента вызвала резко негативную реакцию значительной части демократически настроенного американского общества: *The White House moved Wednesday to counter critics who claim President Trump's* ***travel ban goes too far****, circulating a list of* ***terror cases*** *involving* ***suspects*** *who came to the U.S. from the seven countries in question. The list, obtained by Fox News, gave 24 examples of* ***refugees*** *from Somalia, Sudan, Iraq, Iran, Yemen, Syria and Libya who have been arrested on* ***terror-related charges****; most have been convicted. Those seven,* ***mostly Muslim countries*** *were singled out in Trump's executive order, which* ***suspended immigration*** *from those nations. (Fox News, 02/08/2017).* Не собираясь отказываться от своих намерений ограничить количество мигрантов, прибывающих в США из мусульманских стран и попавших в так называемый "черный список Трампа" (*Trump's travel ban list / blacklist*), в последней версии своего законопроекта Дональд Трамп представил обновленный список, в который вошли Ливия, Судан,

Сомали, Йемен, Иран и Сирия. Ирак был исключен из списка, поскольку эта страна является союзником США в борьбе с ИГИЛ и там размещены американские военные базы; кроме того, не последним аргументом является иракская нефть. Подчеркивая право граждан США на безопасность, которой они в настоящее время лишены, на слушании дела в Федеральном апелляционном суде Д. Трамп заявил: *"I think **our security is at risk** today and **it will be at risk** until […] we get what we are entitled to as citizens of this country." (Fox News, 02/08/2017).*

Когнитивно-знаковая сущность идеологемы может быть выражена и с помощью невербальных средств (например, визуальных образов), что весьма характерно для креолизованных интернет-текстов:



*The most reassuring sound in these **rancorous early days of the Trump administration** was the legal debate, **at times arcane**, over the president's travel ban during **live-streamed oral arguments** in a federal appeals court on Tuesday. **No gratuitous insults, no personal threats or childish tantrum** — only judges and lawyers debating complex legal issues **with respect and restraint**. It was **the sound of grown-ups taking responsibility for governing the country, and for people's lives**. (The New York Times, 02/08/2017).*

Возвышенная тональность текста весьма точно совпадает с иллюстрацией-коллажем, представляющим нечто среднее между двумя символами американской демократии — Статуей Свободы и богиней правосудия Фемидой, которые "достойно отражают" бурю и натиск Дональда Трампа и его команды.

В современных версиях англоязычных интернет-изданий в пандан традиционным монокодовым текстам часто размещаются гипертекстовые аудио- и видеоссылки, которые можно активировать непосредственно в печатном тексте. Для исследователя это особенно ценно, поскольку позволяет расширить возможности анализа разноуровневых средств выражения идеологем, вербальных и невербальных, паралингвистических и экстралингвистических, включая просодические: ***ISIS** is on a **campaign of genocide** | **committing** many **atrocities** across the world. || **Radical Islamic terrorists** | are determined **to strike our homeland** || as they did on **9/11,** || as they did from Boston to Orlando, || to St. Bernadino, || and all across Europe. ||| (The Washington Post, 02/07/2017).*

В приведенном выше транскрипте видеофрагмента выступления президента Трампа на авиабазе ВВС США МакДилл (штат Флорида) 6 февраля 2017 г. речь идет об угрозе, исходящей от ИГИЛ. Месседж Д. Трампа и его воздействие на адресата усиливается конвергенцией языковых средств, включая слова, содержащие сему "угроза"; синтаксические повторы (анафору *as they did,* перечисление *to Orlando, to St. Bernadino*); стершуюся гиперболу *all across Europe*; просодические компоненты (например, длительные паузы в нефинальных синтагмах, замедленный темп речи); культурему

9/11 (речь идет о трагических событиях 11 сентября 2001 г., когда были совершены множественные террористические акты в США). Весь этот комплекс языковых средств задает данному фрагменту речевого произведения определенный ритм и поддерживает его идеологическую патетику.

Подводя итоги, следует отметить, что в когнитивно-семиотическом пространстве медиадискурса идеологема предстает как "многослойный" концепт, актуализируемый в ткани медиатекста с помощью разноуровневых вербальных и невербальных средств, которые суммарно призваны решить ту или иную идеологическую задачу, создать мощный эффект воздействия на адресата и реализовать таким образом лингвистический и концептуально-сущностный потенциал идеологемы.

Исследования в области медиалингвистики сейчас находятся на гребне интереса и не сходят с научной повестки. Перспективным представляется дальнейшее изучение медиадискурса в междисциплинарной парадигме, что дало бы возможность исследователям (лингвистам, культурологам, социологам, психологам, идеологам, политологам и др.) объединить свои усилия в освоении новых научных горизонтов, возникающих в описании этого интересного, постоянно обновляющегося и многомерного объекта.

Список литературы:

1. Арутюнова Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990. С. 136–137.
2. Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет. М.: Худож. лит., 1975. 504 с.
3. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь). М.: Флинта; Наука, 2008. 203 с.
4. Малышева Е. Г. Идеологема как лингвокогнитивный феномен: определение и классификация //Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2009. Вып. 4 (30). С. 32–40.
5. Новак М. Культурно-семиотический анализ идеологем общества потребления //Современный дискурс-анализ: электронный научный журнал. 2013. Вып. 7 [Электронный ресурс]. URL: http://discourseanalysis.org/ada7/st55.shtml (дата обращения: 09.03.2017).
6. Полонский А. В. Медиа и их текстовая реальность //Научные ведомости Белгородского гос. ун-та. Серия "Гуманитарные науки", 2015. №18 (215). Вып. 27. С. 17–24.
7. Приходько А. И. Когнитивные параметры изучения дискурса // Языковая личность и эффективная коммуникация в современном поликультурном мире: материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск 7–18 нояб. 2016 г. / редколл. О. И. Уланович [отв. ред.] и др. Минск: Изд. центр БГУ, 2016. С. 50–53.
8. Современная политическая лингвистика: учебное пособие / Э. В. Будаев, М. Б. Ворошилова, Е. В. Дзюба, Н. А. Красильникова; отв. ред. А. П. Чудинов; Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2011. 252 с.

Сведения об авторе:
Великова Людмила Николаевна, к. ф. н., доцент, Российская таможенная академия, Люберцы, Россия; e-mail: milavel@mail.ru

EXPLICATION OF IDEOLOGEMES IN ENGLISH MEDIA DISCOURSE

Lyudmila N. Velikova
Candidate of Philology, Associate Professor, Russian Customs Academy, Moscow, Russia; e-mail: milavel@mail.ru

Abstract
The research is devoted to the description of polycode (verbal and non-verbal) means of expressing ideologemes in English media discourse, media text being its minimum unit. Relevance of the research is determined by the increasing influence of the media on the life of modern society. The ideologeme is considered in the spirit of M. M. Bakhtin — as the representation of some ideology — and, at the same time, as the unit of the cognitive level. Analyzing different means of expressing the intertwined ideologemes NATIONAL SECURITY and EXTERNAL THREAT in English media resources, the author has come to a conclusion that, on the whole, ideologemes are "multilayered" concepts that reflect both the global political landscape and the national development strategies pertaining to particular states. Moreover, ideologems, taking roots in the social and political life of society, have significant effect on its development, often determining the vector of this development.

Key words: ideologeme, media text, media discourse, language of mass media.

References:

1. Arutiunova, N. D. (1990). Diskurs [Discourse]. In *Lingvisticheskii entsiklopedicheskii slovar'* [*Linguistic Encyclopedic Dictionary*]. M.: Sovetskaia entsiklopediia,136–137.
2. Bakhtin, M. M. (1975). Voprosy literatury i estetiki. Issledovaniia raznykh let [Literature and Aesthetics Issues. Research Dating to Different Periods]. M.: Khudozh. lit.
3. Dobrosklonskaia, T. G. (2008). Medialingvistika: sistemnyi podkhod k izucheniiu iazyka SMI (Sovremennaia angliiskaia mediarech') [Medialinguistics: A Systemic Approach to Studying the Language of Mass Media (Contemporary English Media Speech)]. M.: Flinta; Nauka.
4. Malysheva, E. G. (2009). Ideologema kak lingvokognitivnyi fenomen: opredelenie i klassifikatsiia [Ideologeme as a Linguistic and Cognitive Phenomenon: Definition and Classification]. *Politicheskaia lingvistika* [*Political Linguistics*], 4 (30), 32–40.
5. Novak, M. (2013). Kul'turno-semioticheskii analiz ideologem obshchestva potrebleniia [Cultural and Semiotic Analysis of Consumption Society Ideologemes]. In *Sovremennyi diskurs-analiz* [*Contemporary Discourse Analysis*], 7. Retrieved 9 March, 2017 from http://discourseanalysis.org/ada7/st55.shtml

6. Polonskii, A. V. (2015). Media i ikh tekstovaia real'nost' [Media and Their Textual Reality] //*Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gos. un-ta* [Belgorod State University Scientific Bulletin],18 (215), 27, 17–24.
7. Prikhod'ko, A. I. (2016). Kognitivnye parametry izucheniia diskursa [Cognitive Parameters of Discourse Study]. *Iazykovaia lichnost' i effektivnaia kommunikatsiia v sovremennom polikul'turnom mire* [*Language Personality and Effective Communication in Modern Polycultural World*]. Minsk: Izd. Tsentr BGU, 50–53.
8. Budaev, E. V., Voroshilova, M. B., Dziuba, E. V., Krasil'nikova, N. A. (2011). Sovremennaia politicheskaia lingvistika [Contemporary Political Linguistics]. Ekaterinburg: Ural. gos. ped. un-t.

О приемах формирования тактик медиарепрезентации спортивного события в новостном тексте

О. С. Волкова
Волгоградский государственный университет

Аннотация
Применение историко-дискурсивного анализа новостных текстов об Олимпийских играх, проходивших в Лондоне в 1908 и 1948 гг., позволило выявить динамику зарождения и эволюции тактик представления спортивного события и спортсмена как его центрального конституента в архивном корпусе региональной британской прессы. При описании спортивного события олимпиады и номинации его участников в новостных заметках использовался типизированный набор дескриптивных приемов, нацеленных на реализацию тактик точности и достоверности изложения. Сопоставление языковых средств, реализующих указанные тактики, позволило отметить формирование еще одной жанровой закономерности — обращение к образно-оценочным приемам описания соревнований свидетельствует о росте значимости тактик героизации и глорификации олимпийских соревнований, что объясняется интенциями повышения информационной аттрактивности текста и формирования имиджа международной значимости олимпийских соревнований.

Ключевые слова: спортивное событие, медиарепрезентация, новостная заметка, тактика.

Потребность современного человека в объективной и достоверной информации объясняет ценность медийного дискурса, призванного создавать и публично транслировать новостную картину дня. Социальная значимость указанной разновидности дискурса объясняет стремление лингвистов к изучению форм и приемов информирования. Исследова-