

## СТРУКТУРНО-ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ И СОДРЖАТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА НА ПРИМЕРЕ ВЕБ-САЙТА «THE GUARDIAN»

*О.В. Лущинская*

**Ключевые слова:** медийный дискурс, веб-сайт «The Guardian», конвергентная журналистика, конвергентные средства массовой коммуникации, дискурс-категории.

**Keywords:** media discourse, web-site «The Guardian», convergent journalism, convergent media, discourse categories.

DOI 10.14258/filichel(2021)3-13

**М**едийный дискурс представляет собой отдельный институциональный тип, который имеет отличительные характеристики, признаки, параметры, свойства, ценности и др. Он включает в себя такие разновидности, как новостной, рекламный, PR-дискурс, аналитический, публицистический и ряд других. Институциональное общение предполагает наличие статусно-ролевых характеристик участников коммуникации, соответственно, в медийном дискурсе — это журналисты и их целевые аудитории. Для взаимодействия с ними медиаспециалисты используют не только традиционные каналы передачи информации, но и ресурсы сети интернет, в которой функционируют сетевые издания, информационные интернет-порталы, интернет-издания, электронные версии печатных СМИ и другие, относящиеся к сфере конвергентной журналистики. Именно этот тип журналистики привлекает внимание многих исследователей, которые изучают средства массовой коммуникации с разных сторон: контент, структурно-организационные особенности, специфику освещения и представления информации в них, построение медиатекстов и их языковую реализацию и другие вопросы. Среди белорусских ученых, занимающихся исследованием данной сферы, в первую очередь следует назвать работы В. И. Ивченкова и А.А. Градюшко [Ивченков, 2018а, 2018б; 2019; Градюшко, 2014; 2018]. Вопросы конвергентной журналистики и функционирования в ней «новых» СМИ, конвергентные жанры, форматы и их специфические черты, категории медийного дискурса, особенности взаимодействия автора сообщений и аудитории в этом дискурсе широко освещаются в работах российских исследователей: Е.А. Барановой, А.А. Бастрон и Е.В. Желудевой, Т.А. Бирюко-

вой, Е.Л. Вартановой, Ю.С. Воротниковой, А.В. Вырковского, А.А. Грабельникова, М.М. Лукиной, Е.В. Олешко, Е.М. Пак, М.В. Симкачевой, В.С. Хелемендика [Баранова, 2018; Бастрон, Желудева, 2016; Бирюкова, 2017; Вартанова, 2015; Воротникова, 2005; Вырковский, 2017; Грабельников, 2013; Лукина и др., 2010; Олешко, 2018; Пак, 2012; Симкачева, 2015; Хелемендик, 2013] и др. Однако в качестве предмета изучения в этих исследованиях в основном выступают белорусские или российские средства массовой коммуникации. Специфические конвергентные явления в зарубежных СМК не находят достаточного внимания. Мы имеем в виду не общую характеристику этих интернет-изданий, а особенности их структурно-композиционного наполнения с учетом выстроенной иерархии разных компонентов и составных частей, а также контентной организации конкретных СМК и их жанров и форматов, специфику репрезентации в содержании медиатекстов экстралингвистических параметров, которые синкретизируют с интралингвистическими.

В фокусе наших исследовательских интересов находятся конвергентные средства массовой коммуникации в разных журналистских традициях, в частности, в белорусской, британской и американской. Всестороннее изучение данных СМК позволит выявить их сходные и отличительные черты, построить модели этих медиа, что будет способствовать, с одной стороны, определению мировых тенденций и аспектов в сфере конвергентной журналистики, а с другой, — рассмотреть эти тенденции в преломлении к белорусской медиасфере. Привлечение широкой эмпирической базы, в данном конкретном случае британского веб-издания «The Guardian», даст возможность получить необходимую информацию для моделирования дискурса британских конвергентных СМК.

Веб-сайт газеты «The Guardian» анализируется с точки зрения его структурно-композиционной организации и содержательных характеристик на основе предложенной *интегративной методики дискурсного анализа* [Луцинская, 2019], опирающейся на отдельные положения критического дискурс-анализа, социо-когнитивной и информационной моделей, лингвистического и структурно-сопоставительного анализа. Кроме того, предлагаемая методика дополняется другими элементами (критериями) для проведения более детального и всестороннего анализа, исходя из особенностей дискурса конвергентных средств массовой коммуникации. В разработанной методике учитываются четыре группы критериев: формальные, мультимедийных технологий, экстра- и интралингвистические. Формальные критерии подразделяют-

ся на несколько подгрупп и включают следующие: а) организационная структура (тип СМК; выходные данные; организация контента и рубрики, тематическое наполнение; особенности жанрового разнообразия; дополнительные сервисы и услуги; специальные проекты; наличие и форматы рекламы; б) критерии дизайна: (визуализация материала: степень креолизации текста, уровень оформления, дизайн, интерфейс, навигация); в) количественные критерии (периодичность обновления информации; посещаемость сайта; способы реализации обратной связи).

Критерии мультимедийных технологий нацелены на анализ использования информационных технологий в медиатекстах: включение видеoinформации или аудиоматериалов в сообщение; наличие гиперссылок; присутствие элементов интерактивности (комментариев аудитории); другие уникальные мультимедийные технологии (при условии их наличия).

Экстралингвистические используются для анализа социокультурного контекста дискурсивных практик посредством репрезентации следующих дискурс-категорий: целевая аудитория, коммуникативная установка медиатекстов, самоидентификация, время, пространство, интертекстуальность, интересобытийность, интересубъектность.

Интралингвистические критерии применяются для анализа лингвистической реализации медийного дискурса. Данная группа представлена одной категорией — «стилистический диапазон», которая имеет широкое содержательное наполнение и отражает языковые средства, использованные автором в медиатексте; целостность дискурса (смысловое единство и логическое развертывание информации); связность (лексические, грамматические, стилистические и композиционные средства связи). Так как речь идет о конвергентных СМК, то, наряду с традиционными средствами связи, используются и гипертекстовые средства, такие, как цвет, подчеркивание, ссылки, иконические вставки и др., т.е. визуальные средства. Кроме того, категория «стилистический диапазон» отражает системность медиатекста, выражающуюся в определенной схеме следования элементов, и завершенность, связанную с формированием целостного образа содержания.

Отметим, что все критерии взаимосвязаны и синкретизируются друг с другой, поэтому при анализе издания, его разных структурных частей и информационных блоков мы не всегда выделяем какой-то один критерий, а рассматриваем его в единстве с другими.

Веб-сайт «The Guardian» имеет свою структуру, композицию и реализует системно-иерархические отношения. «Шапка» выдержана в одном цвете, как и в печатной версии. В этой части страницы справа по-

мещено название сайта, выделенное белым цветом. Слева находится логотип: «Available for everyone, funded by readers» («Доступно всем, спонсируется читателями»). Кроме того, в «шапке» содержатся активированные опции «Сделай вклад» и «Подпишись», «В поисках работы», «Поиск» и опция «Издания Великобритании», кликнув на которую, можно выбрать наряду с британской еще американскую, австралийскую или международную версию. Ниже содержится строка с основными рубриками, такими, как «Новости», «Мнение», «Спорт», «Культура», «Образ жизни» и «Больше». Последняя включает в себя уже названные рубрики с их подразделами, а также много другой дополнительной информации, например, видео, подкасты, фотографии, кроссворды и т.д., что репрезентирует критерий «дополнительные услуги» и показывает, как выстраиваются иерархические отношения. Далее помещаются статьи, сопровождающиеся названиями и иллюстрациями к ним. Обычно после «шапки» идет блок материалов под названием «Headlines», в котором находятся «свежие» и, по мнению редакции, важные на текущий день материалы из разных рубрик и их подразделов.

Когда пользователи заходят на сайт «The Guardian», то они попадают на домашнюю страницу первой рубрики «Новости» с ее подразделами: «Объединенное Королевство», «Мир», «Бизнес», «Коронавирус», «Футбол», «Окружающая среда», «Политика Великобритании» и др. Если листать страницу вниз, то можно заметить на ней выстроенные системно-иерархические отношения с учетом размещенных тематических блоков. На дату 08.07.2020 эти блоки были представлены в следующей иерархии: «Заголовки», «Коронавирус», «Коронавирус в Великобритании», «Коронавирус в мире», «Прожектор», «Сегодня в фокусе», «Мнение», «Спорт», «Видео», «Из Великобритании», «В мире», «Культура» и др. Отметим, что информационные блоки не являются фиксированными и периодически меняются: добавляются новые, исключаются другие. В то же время, те, которые представлены в «шапке издания», присутствуют постоянно. Как можно заключить, приоритетность их следования определяется редакцией издания и с учетом освещаемой тематики.

Нижняя часть страницы повторяет строку с подразделами рубрики «Новости», что представляется удобным для пользователей и реализует дискурс-катеорию «аудитория». Затем на синем фоне снова дублируется лента с основными рубриками издания, которые отражены в его «шапке». Кроме того, содержится ряд активированных опций: «О нас», «Связаться с нами», «Жалобы и исправления», «Политика конфиденциальности» и др. (реализация критерия «дополнительные услу-

ги»). Есть оцифрованный архив печатной версии издания и ссылки на некоторые соцсети.

Все рубрики и их подразделы следуют **принципу единообразия** в оформлении и представлении информации, варьируется только содержательное наполнение и названия подразделов, что обусловлено спецификой освещаемой тематики. Было замечено, что в разных рубриках могут повторяться одни и те же подразделы. Во всех разделах в конце домашней страницы присутствует блок «Наиболее просматриваемые статьи», в котором помещаются популярные среди читателей материалы в рамках тематики каждого блока.

На первых страницах каждого подраздела слева есть блок «Все публикации», кликнув на который, можно познакомиться с материалами, опубликованными по дням в порядке убывания и с указанием времени по часам и минутам их размещения. Ниже находится строка с пронумерованными страницами, содержащими предыдущие статьи (архив публикаций). В данном случае репрезентируется дискурс-категория «время», так как читатели могут познакомиться с материалами, опубликованными ранее.

Для привлечения внимания аудитории редакцией веб-сайта используются несколько цветов в оформлении информации. В названиях к статьям указывается ключевое слово, выделенное темно-красным цветом и помогающее пользователям сориентироваться в теме публикации, что реализует критерий «уровень оформления, дизайн, интерфейс, навигация».

На некоторых материалах помещен значок, обозначающий количество просмотров, что репрезентирует критерий «посещаемость сайта».

Таким образом, анализ первых страниц разных рубрик издания показал, что редакцией соблюдается принцип единообразия в оформлении сайта и его разделов; каждая рубрика имеет свои тематические подразделы, которые на домашней странице выстраиваются в определенной системно-иерархической последовательности; используется цветовая палитра для привлечения внимания аудитории; иллюстративная информация преобладает над текстовой.

Медиатексты электронного издания сохраняют структуру, оформление и особенности предъявления информации. Они включают заголовки и подзаголовки, шрифты которых отличаются по размеру. Справа от статьи помещается ключевая фраза или слово по теме, ниже в столбик указывается автор и уточняется, кто он, затем указывается дата и время выхода публикации, есть ссылка на соцсети, электронную почту и значок «поделиться информацией». После подзаголовка могут

находиться активированные ссылки на другие статьи, связанные тематически с текущей публикацией, что свидетельствует о наличии гипертекстуальности. Далее следует большая фотография с подписью или помещается видео, имеющее отношение к сообщаемому. После этого следует текст. Для удобства читателей абзацы в нем отделяются друг от друга пробелами, это способствует лучшему восприятию информации. В текстах используются гиперссылки (внутренние и внешние), выделяемые другим цветом и подчеркнутые серой линией; может помещаться видеoinформация; диаграммы, схемы или таблицы. В конце текста находятся активированные ключевые слова и повторяется ключевая фраза по теме, а также значки соцсетей и e-mail, что соответствует критерию «способы реализации обратной связи».

Для выявления жанров и форматов, используемых в издании, внимание было сфокусировано на некоторых подразделах рубрики «Новости»: «Объединенное королевство», «Мир» и «Политика Великобритании», которые освещают общественно-политическую тематику как в самой стране, так и за рубежом. Методом сплошной выборки мы отобрали 100 материалов, опубликованных в июле 2020 г. В электронном издании новости размещаются часто, и в течение дня журналистами освещается большее количество событий.

Анализ показал, что преобладающими жанрами выступают *информационные*. Лидирующим среди них явилось расширенное новостное сообщение, что составило 41%. В этом типе сообщений журналисты используют много цитат, видеoinформации, графиков и диаграмм. 33% пришлось на новостное сообщение; встретилось и краткое новостное сообщение, что составило 8%. Кроме выделенных жанров публикуются и *аналитические* статьи: тематическая статья, в том числе и новостная, — 14% от общего количества материалов; политический очерк — 3%; 1% — статья-мнение.

В содержании медиатекстов «The Guardian» наблюдается тенденция к использованию весомой аргументирующей информации именно в информационных жанрах, которая конкретизирует тему публикации посредством ссылок на мнения респондентов, включение статистических данных, отсылок к разным документам, размещение графиков, диаграмм, видеoinформации и др.

Тематика, освещаемая в трех проанализированных подразделах рубрики «Новости», связана с общественно-политической жизнью Великобритании, ее регионами, разными городами. Международные события рассматриваются в преломлении к интересам государства и его взаимоотношений с другими странами. Проблема коронавируса прохо-

дит центральной темой в освещении многих вопросов данной рубрики. Рассматривается тема эмигрантов; состояния здравоохранения; решений премьер-министра страны по ряду вопросов; брексит и его последствия для Великобритании; мнения политических партий в отношении разных вопросов и др.

Были рассмотрены 100 материалов подраздела «Бизнес» за период июль 2020 г. для определения его жанрового разнообразия. Преобладающими жанрами в этом разделе также выступают информационные: лидирует новостное сообщение, которое составило 45%; расширенное новостное сообщение соответствует 14%; краткое новостное сообщение — 3%. Встретилась статья-прогноз, что составило 1% от общего количества проанализированных материалов. В данном подразделе используется, кроме того, тематическая статья, среди которой выделяется такой ее подвид, как новостная, что составило 19%; далее следует статья-комментарий — 14%; письмо-мнение — 2%; статья-обзор — 1% и редакторская статья также 1%.

Для получения более точной информации о формально-содержательных особенностях веб-сайта «The Guardian» были рассмотрены другие его рубрики и их подразделы. Особенностью электронного издания является наличие отдельного раздела «Мнение», который сразу же идет после «Новости» и в котором содержатся только аналитические материалы, распределенные по таким подразделам, как «Точка зрения *The Guardian*», «Обозреватели», «Карикатуры», «Мнение-видео» и «Письма». Жанровое разнообразие рубрики представлено редакторскими статьями, колонками журналистов с их мнением и видением различных проблем и вопросов. Именно в этом разделе пользователи могут увидеть материалы с карикатурами, познакомиться со статьями-комментариями, тематическими статьями, аналитическими публикациями, видеокomentarиями, а также письмами в редакцию.

В зависимости от рубрики, ее подразделов, коммуникативной установки, которую ставят перед собой журналисты с учетом освещаемой темы в той или иной публикации, определяется ее жанр и формат. Но во всех медиатекстах веб-сайта соблюдается принцип единообразия в их структурно-композиционном и дизайнерском оформлении, для них характерно наличие явлений *конвергенции* и *креолизации*. Следует отметить, что структурно-композиционное и системно-иерархическое представление информации выдерживается во всех частях веб-сайта, который представляет собой целостную систему.

Поскольку электронное издание имеет несколько версий: для жителей Великобритании, США, Австралии и международную версию, то

можно заключить, что аудитория у него обширная. Но так как мы рассматривали именно версию для Великобритании, то ее целевая аудитория — это жители Объединенного Королевства. В данном случае категория *аудитория* учитывается и репрезентируется, во-первых, через оформление и соответствующее предъявление информации на сайте для своих пользователей. Соблюдение принципа единообразия в разных системных компонентах издания и выстраивание определенных иерархических отношений позволяет читателям достаточно легко ориентироваться в потоке содержащейся информации и находить нужную. Кроме того, используемая цветовая палитра, разные виды и размеры начертаний, присутствие большого количества иллюстративного материала способствуют лучшему восприятию информации и привлечению внимания аудитории к конкретным публикациям. Разнообразные тематические подразделы рубрик издания также свидетельствуют об учете интересов различных аудиторий, что в очередной раз подтверждает реализацию дискурс-категории «аудитория».

Во-вторых, учет этой категории проявляется непосредственно при продуцировании медиатекстов: тематика публикуемых материалов в разных рубриках в первую очередь связана с различными событиями, происходящими в стране или относящимися к ней, по-другому, учитывается новостной принцип «близости»; выбор соответствующих аргументов, статистической информации, примеров, мнений респондентов, гиперссылок на разнообразные источники осуществляется с учетом предполагаемой аудитории.

Немаловажную роль играет использование явления конвергенции: видео- и графическая информация, фотографии и слайд-шоу, которые журналисты применяют в своих сообщениях, подбирается и выстраивается определенным образом с фокусом внимания на целевую аудиторию. В медиатекстах интернет-издания часто встречаются аббревиатуры, которые авторами не всегда расшифровываются. Это показывает, что журналисты пишут для аудитории Великобритании, для которой эта информация понятна.

В аналитических материалах авторы могут вписывать своих читателей в контекст сообщения, называя или обращаясь к ним: *Just because you're at a desk and could work from home doesn't mean that job will still be required when your colleagues shift to remote* («Тот факт, что **вы** сидите за столом и можете работать из дома, не означает, что эта работа все еще будет необходима, когда **ваши** коллеги перейдут на удаленный вариант»). В данном примере из статьи-комментария (от 23.07.2020 в рубрике «Стиль жизни») под названием «To survive, shops in Britain will have

to move to where the commuters are now», полужирным начертанием выделены местоимения «вы и ваши», которые автор использует, обращаясь к читателям и вписывая их в содержание сообщения.

Дискурс-категория **коммуникативная установка** медиатекстов определяется их содержанием и может заключаться в информировании аудитории о различных событиях, в анализе, интерпретации, объяснении этих событий.

При продуцировании медиатекстов в информационных жанрах журналисты используют местоимения в третьем лице в единственном числе, чтобы объективно передать информацию, не высказывая своего мнения открыто. Однако те факты и данные, которые они выбирают и помещают в текст сообщения, позволяют судить, насколько авторы компетентны по тому или иному вопросу, насколько глубоко они знают освещаемую тематику. На основе анализа содержания публикации можно составить определенное представление о журналисте, что репрезентируется посредством дискурс-категории *самоидентификация*.

В аналитических материалах медиаспециалисты также стараются быть объективными и непредвзятыми в освещении событий, в то же время используют ряд лексических единиц, имеющих оценочный характер и которые дают возможность аудитории «считать» мнение автора по освещаемому вопросу. Например, в статье-комментарии «Donald Trump's assault on the WHO is deeply worrying for global health» (от 23.07.2020) журналист Питер Бомонт пишет: «*But above all this is what American diplomacy looks like in the Trump era. It is ugly, dishonest, bullying and cruel, a pathetic trade in self-serving tittle-tattle that damages not only public health around the world, but undermines America's claim to global leadership*» («Но прежде всего так выглядит американская дипломатия в эпоху Трампа. Это уродливый, нечестный, запугивающий и жестокий, патетический обмен корыстной болтовней, которая наносит ущерб не только общественному здравоохранению во всем мире, но подбивает притязания Америки на мировое лидерство»). Выделенный текст, изобилующий разными оценочными эпитетами, эксплицитно отражает мнение журналиста.

**В аналитических материалах журналисты нередко идентифицируют себя с аудиторией.** В тематической статье «Seven key moments in Boris Johnson's first year as prime minister» (от 23.07.2020) автор Хизер Стюард пишет: «A year on from Boris Johnson's victory in the Conservative party leadership race, which ushered him into Downing Street, we look **at the key moments of his time in office so far**» («Год спустя после победы Бориса Джонсона в гонке за лидерство консервативной

партии, которая привела его на Даунинг-стрит, мы смотрим на ключевые моменты его пребывания в должности до сих пор»).

В электронном издании новости обновляются по мере их появления. В верхней части страницы любой рубрики и ее подраздела всегда публикуются текущие события. Кликнув на фразу «все статьи» на домашней странице, пользователь видит, что материалы располагаются в определенной последовательности по дням и с указанием времени выхода сообщения, начиная с текущего дня и далее в порядке убывания, то есть соблюдается определенная иерархия. Есть архив новостей со страницами в конце списка событий после каждого дня. Все сказанное подтверждает репрезентацию дискурс-категории «время». Кроме того, она реализуется и в самих медиатекстах, что зависит от освещаемой коммуникативной ситуации и ее составляющих. Текущее событие может рассматриваться в связи с другими, уже произошедшими событиями или теми, которые еще произойдут, но имеют отношение к главной новости. В тематической статье «UK coronavirus job losses: the latest data on redundancies and furloughs» (от 23.07.2020) основная тема связана с большим сокращением рабочих мест в стране из-за пандемии. В тексте автор отмечает: «*As a result, companies have announced tens of thousands of redundancies, and with millions more still on furlough (1), experts warn this number will get higher (2). The government's economics forecaster, the Office for Budget Responsibility (OBR), has warned unemployment could more than double by the end of this year (3) to the highest levels since the 1980s (4)*» («В результате компании объявили о десятках тысяч увольнений, и, поскольку еще миллионы людей продолжают сокращаться (1), эксперты предупреждают, что это число будет расти (2). Государственный прогнозист по экономическим вопросам, Управление бюджетной ответственности (OBR), предупредил, что безработица может более чем удвоиться к концу этого года (3) до самого высокого уровня с 1980-х годов (4)»). Полужирным шрифтом выделены события, репрезентирующие категорию «время»: основное, связанное с настоящим моментом (1); прогнозируемое будущее (2) и (3); прошедшее (4).

Дискурс-категория *пространство* охватывает самый широкий контекст. Наряду с географическим пространством Великобритании, ее частями / регионами и другим локальным пространством, в медиатекстах, освещающих мировые события, называются различные страны, их регионы, города, какие-то отдельные места в рамках города или другой местности. В частности, в рубрике «Новости» в ее подразделе «Мир» выделяются блоки, посвященные новостям Европы, США, Северной и Южной Америки, Азии, Австралии, Средней Азии и Африке. В любом медиа-

тексте всегда называется, конкретизируется географическое пространство, в рамках которого освещается то или иное событие.

В новостной тематической статье «Tsunami of fake news hurts Latin America's effort to fight coronavirus» (от 26.07.2020) событие связано с Латинской Америкой. В тексте авторы пишут: «As **Latin America battles the advance of Covid-19, which has now claimed more than 160,000 lives in the region, it is also fending off a tsunami of online disinformation designed to bamboozle and deceive. From the Mexican state of Chiapas to Ceara in Brazil, social networks are awash with quack cures and fantastical conspiracies that can carry an all-too-real human cost**» («В то время как **Латинская Америка борется с наступлением Covid-19, который в настоящее время уносит более 160 000 жизней в регионе, она также защищается от цунами онлайн-дезинформации, призванной запутать и обмануть. От мексиканского штата Чьяпас до Сеары в Бразилии социальные сети наводнены извращенными лекарствами и фантастическими заговорами, которые могут нести слишком реальные человеческие затраты**»). Выделенная информация репрезентирует категорию «пространство».

*Интертекстуальность* как одна из наиболее частотных категорий медийного дискурса и важный смыслообразующий текстовый признак [Кремнева, 2019; Сергодеев, 2019] находит реализацию на веб-сайте. Во всех сообщениях «The Guardian» используются цитаты и гиперссылки на другие тексты. Часто именно цитаты преобладают в авторском тексте. Данный факт свидетельствует об объективной, конкретной и достоверной подаче журналистами информации своим аудиториям.

В британском издании журналисты достаточно часто реализуют дискурс-катеорию *интерсобытийность*. Ссылка или упоминание других событий в контексте описываемой ситуации позволяет конкретизировать новость, предоставлять читателям больше информации и отражать полную картину происходящего. В новостном сообщении (от 23.07.2020) под названием «Sajid Javid urges PM and businesses to improve diversity immediately» автор, поднимая тему расовой дискриминации в Великобритании, упоминает несколько событий, связанных с описываемой новостью: «**Following the killing of George Floyd in the US and the widespread Black Lives Matters protests in the UK, Boris Johnson announced he would set up an independent Commission on Race and Ethnic Disparities in June — the sixth review into discrimination since 2014**» («**После убийства Джорджа Флойда в США и повсеместных протестов Black Lives Matters в Великобритании Борис Джонсон объявил, что в июне он создаст независимую комиссию по расовому и этническому неравенству — шестой обзор дискриминации с 2014 года**»).

В анализируемом интернет-издании категория *интерсубъектность* находит широкую репрезентативность, отражая взаимодействие и взаимоотношения участников события. Ссылаясь на суждения определенных субъектов коммуникативной ситуации, авторы вписывают их в контекст, идентифицируют их, и аудитории понятно, почему именно этих коммуникантов упоминают журналисты, почему их мнения используют в текстах. В публикации «Hospitals in north of England fear worst as coronavirus admissions rise rapidly» (от 10.10.2020) автор использует цитату эксперта по поводу ситуации с коронавирусом и идентифицирует его (выделено полужирным начертанием): «*I think we're starting to see that again," said Dr Matthew Tuck, who works in Newcastle as an anaesthetic registrar and is deputy chair of the BMA's junior doctors committee. "Where we are now is very similar to how we all felt in the middle of March"*» («Я думаю, мы снова начинаем это видеть», — **сказал доктор Мэтью Так, который работает в Ньюкасле анестезиологом и является заместителем председателя комитета молодых врачей ВМА.** «То, где мы сейчас находимся, очень похоже на то, что мы чувствовали в середине марта»). Кроме того, детальное представление информации о коммуникантах события имплицитно реализует еще один тип взаимодействия «автор — аудитория», который также репрезентируется данной категорией.

Дискурс-категория *стилистический диапазон* связана с лингвистическим анализом медиатекстов, в частности, использованием определенных лексических единиц. В медиатекстах упоминаются различные государственные институты, комитеты, организации, международные в том числе, бизнес-компании и их аббревиатуры. В предложениях используется активный залог, по структуре предложения сложные или сложноподчиненные. В новостных сообщениях лексика нейтральная, в аналитических статьях, в первую очередь в тематических могут использоваться разнообразные стилистические средства. Медиатексты имеют завершенный характер, являются целостными и связными мультимедийными коммуникативными продуктами.

Таким образом, британское интернет-издание «The Guardian» представляет собой целостную дискурсную систему с выстроенными иерархическими отношениями, которые реализованы и прослеживаются в последовательной организации информации на домашней странице и в отдельных рубриках сайта, а именно, в том, какие тематические разделы и информационные блоки выбраны редакцией и как они выстроены в приоритетном направлении, каким событиям отводится первоочередное место на домашней странице и др. Данное издание име-

ет структурно-композиционные особенности (как на различных страницах, так и в медиатекстах, о чем свидетельствуют результаты проведенного и описанного анализа) и отличается спецификой дизайнерских приемов и контентной реализацией.

Несмотря на то, что современные конвергентные СМК в разных журналистских культурах имеют общие черты, в то же время, в каждой культуре есть свои особенности и тенденции. Так, в «The Guardian» явление конвергенции шире отражено на домашней странице, в рубриках и в содержании медиатекстов, чем в некоторых белорусских и американских электронных изданиях. В то же время текстовая информация является базовой во всех СМК. Если, например, в белорусских конвергентных СМК информационные жанры краткие и не расширенные, то в британских изданиях (в «The Guardian» в том числе) точно также, как и в американских, используется много аргументирующей информации, что увеличивает объем текста, но с учетом того, что речь идет об интернет-изданиях, такой подход целесообразен. Использование иллюстраций, главным образом, фотографий в публикациях, свидетельствует о наличии явления креолизации. Это свойственно различным интернет-изданиям в разных журналистских культурах, в том числе и в проанализированном британском СМК. Применение широкой цветовой гаммы, что, например, не так распространено в белорусских интернет-СМИ, способствует привлечению внимания аудитории и ее лучшему восприятию информации. Освещение событий в медиатекстах происходит посредством репрезентации таких дискурс-категорий, как аудитория, коммуникативная установка, самоидентификация, время, пространство, интертекстуальность, интересобъектность и интересубъектность, которые реализуют экстралингвистические параметры интернет-издания на фоне стилистического и жанрового диапазона. Отражение данных категорий в содержании медиатекстов разных СМК имеет много общего, что свидетельствует о едином подходе к освещению дискурсивных практик.

### Библиографический список

Баранова Е.А. Медиаконвергенция как системообразующий фактор трансформации института СМИ : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2018.

Бастрон А.А., Желудева Е.В. Медиаконвергенция в журналистике: от классики к универсальности // Вестник РГГУ. Сер. Документоведение и архивоведение, информатика, защита информации и информационная безопасность. 2016. № 3(5).

Бирюкова Т.А. Гипертекстовая онлайн-журналистика: история возникновения (на примере электронного журнала Feed) // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2017. № 3.

Вартанова Е.Л. Новые медиа как культурное пространство современного общества // МедиаАльманах. 2015. № 4(69).

Воротникова Ю.С. Реализация новостного дискурса в электронных англоязычных СМИ : автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2005.

Вырковский А.В. Управление процессами создания журналистского текста в печатных и онлайн-новых СМИ : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2017.

Грабельников А.А. Особенности конвергентной журналистики // Вестник университета Российской академии образования. 2013. № 3.

Градюшко А.А. Сетевой текст как особый продукт творческой деятельности в веб-журналистике // Вестник Полоцкого государственного университета. Сер. А. Гуманитарные науки. 2014. № 10.

Градюшко А.А. Белорусские интернет-СМИ в контексте меняющегося медиапотребления // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика. 2018. №1.

Ивченков В. И. Медиадискурс современности: стилистические приоритеты и экстралингвистические факторы // Актуальные проблемы стилистики. 2018. № 4.

Ивченков В. И. Мультимедийность. М., 2018.

Ивченков В.И. Новые модели коммуникации и стилистические приоритеты современного медиадискурса // Медиалингвистика. СПб., 2019. Т. 6 (1).

Интернет-СМИ: Теория и практика. М., 2010.

Луцинская О. В. Дискурсивный анализ как научный метод исследования конвергентных средств массовой коммуникации // Вестник Минского государственного лингвистического университета. Сер. 1: Филология. 2019. № 6 (103).

Олешко Е.В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура как фактор оптимизации информационно-коммуникативных процессов : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Воронеж. 2018.

Пак Е. М. Конвергенция жанров сетевой журналистики // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 9: Филология. Востоковедение. Журналистика. 2012. № 2.

Симкачева М. В. Процесс конвергенции СМИ и его влияние на формирование современного медиополя // Ученые записки Казанского университета. 2015. Т. 157. Кн. 4.

Хелемендик В. С. Конвергенция как современная форма взаимодействия СМИ // Проблемы современного образования. 2013. № 3.

### References

Baranova Y.A. *Mediakonvergenstsiya kak sistemoobrazujushchiy factor transformatsii instituta SMI*. [Media convergence as a system-forming factor in the transformation of the institute of mass media]. Abstract of Philol. Doct. Diss. Moscow, 2018.

Bastron A.A., Zheludeva Y.V. *Mediakonvergenstsiya v zhurnalistike: ot klassiki k universal'nosti*. [Media convergence in journalism: from classic to versatility]. In: *Vestnik RGGU*. [Bulletin of Russian State University for the Humanity]. . Series documentation and archival science, informatics, information protection and information security. 2016. No 3(5).

Biryukova T.A. *Gipertekstovaya onlayn-zhurnalistika: istoriya vozni-knoveniya (na primere elektronnoy zhurnala Feed)*. [Hypertext online journalism: a history of origin (on the example of electronic journal Feed)]. In: *Vestnik Moskovskogo universiteta*. [Bulletin of Moscow University.]. Series 10. Journalism. 2017. No 3.

Vartanova Y.L. *Novyye media kak kul'turnoye prostranstvo sovremennoy obshchestva*. [New media as a cultural space of contemporary society]. In: *MediaAl'manakh* [MediaAlmanac]. 2015. No 4(69).

Vorotnikova Y.S. *Realizatsiya novostnogo diskursa v elektronnykh angloyazychnykh SMI*. [Implementation of news discourse in electronic English-language media]. Abstract of Philol. Cand. Diss. St. Petersburg, 2005.

Vyrkovskiy A.V. *Upravleniye protsessami sozdaniya zhurnalisticheskogo teksta v pechatnykh i onlaynovykh SMI*. [Managing the processes of creating journalistic text in print and online media]. Abstract of Philol. Doct. Diss. Moscow, 2017.

Grabel'nikov A. A. *Osobennosti konvergentnoy zhurnalistiki* [Peculiarities of convergent journalism]. *Vestnik universiteta Rossiyskoy Akademii Obrazovaniya* [Bulletin of the University of the Russian Academy of Education]. 2013. No 3.

Gradyushko A.A. *Setevoy tekst kak osobyy produkt tvorcheskoy deyatelnosti v veb-zhurnalistike*. [Web text as a special product of creative activity in web journalism]. In: *Vestnik Polotskogo gosudarstvennogo universiteta*. [Bulletin of Polotsk State University]. Series A. Humanitarian sciences. 2014. No 10.

Gradyushko A.A. *Belorusskiye internet-SMI v kontekste menyayushchegosya mediapotrebleniya*. [Belarusian online media in the context of changing media consumption]. In: *Zhurnal Belorusskogo gosudarstvennogo universiteta. Zhurnalistika. Pedagogika*. [Journal of the Belarusian State University]. Journalism. Pedagogy. 2018. No 1.

Ivchenkov V.I. *Mediadiskurs sovremennosti: stilisticheskiye priority i ekstralingvisticheskiye factory*. [Media discourse of modernity: stylistic priorities and extralinguistic factors]. In: *Aktual'nyye problemy stilistiki*. [Actual problems of stylistics]. 2018. No 4.

Ivchenkov V.I. *Mul'timedynost'*. [Multimedia]. Moscow, 2018.

Ivchenkov V.I. *Novyye modeli kommunikatsii i stilisticheskiye priority sovremennogo mediadiskursa*. [New models of communication and stylistic priorities of contemporary media discourse]. In: *Medialingvistika*. [Media-linguistics]. St. Petersburg, 2019. Vol. 6 (1).

*Internet-SMI: teoriya i praktika*. [Online media: theory and practice]. Moscow, 2010.

Lushchinskaya O.V. *Diskursnyy analiz kak nauchnyy metod issledovaniya konvergentnykh sredstv massovoy kommunikatsii*. [Discourse analysis as a scientific method of convergent media research]. In: *Vestnik Minskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*. [Bulletin of Minsk State Linguistic University]. Series 1, Philology 2019. No 6 (103).

Oleshko Y.V. *Konvergentnaya zhurnalistika: professional'naya kul'tura kak faktor optimizatsii informatsionno-kommunikativnykh protsessov*. [Convergent journalism: professional culture as a factor of optimization of informational and communicative processes]. Abstract of Philol. Doct. Diss. Voronezh, 2018.

Pak Y.M. *Konvergenziya zhanrov setevoy zhurnalistiki*. [Convergence of genres of online journalism]. In: *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta*. [Bulletin of Saint Petersburg University]. Series 9, Philology. Oriental studies. Journalism. 2012. No 2.

Simkachyova M.V. *Protsess konvergenzii SMI i yego vliyaniye na formirovaniye sovremennogo mediapolya*. [The Process of convergence of mass media and its influence on the formation of the contemporary media field]. In: *Uchenyye zapiski Kazanskogo universiteta* [Scholarly notes of Kazan University]. 2015. Vol. 157. Book 4.

Khelemendik V.S. *Konvergenziya kak sovremennaya forma vzaimodeystviya SMI*. [Convergence as a contemporary form of media interaction]. In: *Problemy sovremennogo obrazovaniya*. [Problems of contemporary education]. 2013. No 3.