

УДК 811.111'42:070.489

АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ КОММУНИКАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВА МЕДИАДИСКУРСА (НА ПРИМЕРЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ИНТЕРНЕТ-СМИ)

Екатерина В. Пономарева^{1, @}

¹ Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, Россия, г. Симферополь, пр. Вернадского, 4
@ ponomar_kitty@mail.ru

Поступила в редакцию 02.05.2017.
Принята к печати 05.09.2017.

Ключевые слова: медиадискурс, аксиологическая составляющая, ментальный концепт, ценность, британская лингвокультура, лингвокультурологические особенности.

Аннотация: Статья посвящена изучению аксиологического компонента англоязычного медиадискурса, не получившего должного рассмотрения в актуальных на сегодняшний день лингвистических теориях. С целью выявления коммуникативного посыла содержания современных медиа на материале англоязычных интернет-изданий («The Guardian», «The Independent», «The Telegraph») предпринимается попытка анализа многообразия транслируемых в массовое сознание читателя коллективных британских ценностей и культурологических особенностей. Передаваемые англоязычным медиадискурсом коды оказывают влияние на мировоззрение реципиента, способствуют ассимилированию социально-поведенческих норм и устоев. Поскольку аксиологическая составляющая может приобретать особую роль в организации смысла текста, для его полноценного восприятия необходимо учитывать возможные варианты кодирования последней. С позиций когнитивной лингвистики выявлено, что тексты англоязычных интернет-СМИ характеризуются преобладающей апелляцией к таким ментальным концептам как *privacy*, *individuality*, *stability*, *tolerance*, *traditionalism*, *past*. В общих чертах определяется система языковых средств, используемых для формирования коммуникативного пространства медиадискурса; делается вывод о его социально-культурной природе.

Для цитирования: Пономарева Е. В. Аксиологическая составляющая коммуникативного пространства медиадискурса (на примере англоязычных интернет-СМИ) // Вестник Кемеровского государственного университета. 2017. № 3. С. 198–204. DOI: 10.21603/2078-8975-2017-3-198-204.

В современной лингвистической науке одной из наиболее актуальных проблем является теория дискурса. Различие дефиниций и подходов к изучению понятия «дискурс» обусловлено исторической сменой представлений о нем, сложившихся в области точных наук, с одной стороны, и в области эстетики и литературы – с другой.

Как отмечает Е. А. Кожемякин, во втор. пол. XX в. «дискурс, перейдя из области эпистемологических в сферу онтологических категорий» [1], понимается как базис любой культуры, и, как следствие, начинает порождать к себе интерес различных отраслей научного познания.

Внимание к проблематике теории дискурса со стороны разнонаправленных наук определяет многозначность и вариативность понятия дискурса, отсутствие точной терминологической формулировки. Ученые сходятся только в одном: дискурс существует исключительно в пределах текста. Совершенно очевидно также, что изучение феномена дискурса не мыслится без включения в поле зрения исследователя парадигматических, социокультурных и психологических факторов, а также вне рассмотрения паралингвистических элементов речи.

Многообразие экстралингвистических факторов, влияющих на процесс коммуникации и текстопорождение, обуславливает разнообразие дискурсов. Особое внимание лингвистов привлекает медиадискурс как комплексный феномен массовой культуры.

Исследователи массовой культуры также отмечают неоднозначность и многомерность изучаемого феноме-

на. С одной стороны, последняя может пониматься как культура массового потребления, которая влечет за собой подавление и унификацию личности продуктами «культурной индустрии», активную эксплуатацию телесности и падение моральных норм. С другой же стороны, массовая культура часто рассматривается как «...некий этап в эволюции человечества, достигшего высокого уровня развития производства и уровня жизни» [2, с. 15], порождающий относительную демократизацию культуры и повышение общего уровня образованности населения.

Развитие массовой культуры невозможно без наличия сформированного информационного общества и осуществляется в так называемой медиасфере, представляющей собой средоточие производимых, эстетизируемых и транслируемых в информационном пространстве культурных кодов. Общность текстов средств массовой информации относят к вторичному по отношению к дискурсу понятию «медиадискурса».

Как уточняет М. В. Коновалова, в современной лингвистической науке сложились следующие подходы к изучению медиадискурса: дискурсивный, коммуникативный и эвокативный [3]. Интересным представляется и предложенный учеными кафедры стилистики русского языка факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова интенциональный метод изучения медиадискурса, который позволяет рассматривать феномен «медиа» не только с филологической точки зрения, но и в совокупности с философским, психологическим, со-

циологическим и др. подходами [4]. Последнее согласуется с определением дискурса, предложенного в «Англо-русском словаре по лингвистике и семиотике» под редакцией А. Н. Баранова и Д. О. Добровольского: «вид речевой коммуникации, предполагающий рациональное критическое рассмотрение ценностей, норм и правил социальной жизни и единственным своим мотивом имеющий достижение взаимопонимания» [5, с. 179].

Дискурс массмедиа выходит за рамки знаковой системы вербального уровня, включая в себя элементы других семиотических систем – графических, акустических, визуальных. Как отмечает Е. О. Менджерицкая, медиадискурс «...представляет собой сложное явление, учитывающее и экстралингвистическую ситуацию, и характеристики участников коммуникации, и различные стратегии, лежащие в основе производства новостей, а также их соответствующее языковое оформление» [6, с. 59]. Все это порождает наличие интегрированных жанров и форматов медиадискурса, их маргинальное пересечение.

Обычно изучение дискурса массмедиа осуществляется в следующих направлениях: когнитивный аспект рассмотрения текстов разноориентированных СМИ, лингвокогнитивные средства выражения медиадискурса, экстралингвистические процессы, влияющие на его становление. Наряду с вышеизложенными векторами исследования особенно актуальным становится рассмотрение аксиологической составляющей коммуникативного пространства медиадискурса.

Повышенный интерес в рамках изучения аксиологической парадигмы медиадискурса наблюдается в отношении анализа англоязычных интернет-СМИ, преимущественно online изданий социально-политической направленности. Заинтересованность этим каналом массовой информации обусловлена тем, что, во-первых, англоязычные медиатексты оказывают доминирующее воздействие на мировое информационное пространство «... как на уровне формата и содержания, так и на уровне языка» [7, с. 135], а, во-вторых, такие разновидности медиа, имея «...возможность использовать как собственный, так и заимствованный из внешних источников контент» [8, с. 125] и характеризующиеся трансграничностью, заметно отличаются от традиционных СМИ интерактивностью форм коммуникации с читателем.

Особенностью современного англоязычного медиадискурса является переход от собственно подачи информации к усилению значимости коммуникативного посыла содержания медиа, как этического, так и эстетического. Семиотическая система знаков, транслируемых англоязычным медиадискурсом, представляет собой специфическое кодирование культурологических особенностей, социальных, поведенческих, морально-ценностных норм и устоев.

Растущая глобализация порождает потребность общества в сохранении национального мировоззрения, традиций, обычаев и ценностей носителей определенной нации. Являясь особым разделом философии, аксиология занимается постижением проблематики ценностей, иными словами «... изучает положительную, нейтральную или отрицательную значимость любых объектов» [9, с. 66].

Массмедиа обладает мощной убеждающей силой, формируя у людей, не имеющих собственного мнения,

определенные точки зрения и суждения относительно происходящего вокруг. При этом не создаются новые ценности, а используются выработанные в обществе стандарты и стереотипы, которые часто являются под-сознательным воплощением аудиторной интенции.

Массмедиа пользуются способностью языка воздействовать на реципиента, порождать определенные образы и побуждать к действию. Язык из способа коммуникации превращается в орудие воздействия на потребителя медиапродукции. Во многом этому способствует тот факт, что индивид, так или иначе, вовлечен в определенную социальную группу и, таким образом, ассимилирует коллективные ценности данной общности. Переживая свою принадлежность к социальному целому, человек перенимает те ценности и идеалы, которые присущи группе, вырабатывает новые для себя предпочтения и оценки.

В культуре англоязычного мира сложилась своя система ценностей, определяющих ее целостность и неповторимость.

Так, общеизвестной особенностью британского коммуникативного поведения является неприятие вторжения в зону личного пространства человека. Речь идет как о физическом, телесном контакте (скажем, о соприкосновении в общественном транспорте), так и о ментальном общении. В английской культуре не принято касаться личных тем, задавать вопросы о состоянии здоровья, проявлять интерес к чужой жизни, ходить в гости без приглашения. Подобные ценностные ориентации составляют многослойную организацию семантического поля национально-культурного концепта *privacy*. Важность личной автономии для английской культуры подтверждается отражением во многих паремиологических единицах, наиболее точно передающих общепризнанные этносоциокультурные факты: *An Englishman's home is his castle, A constant guest is never welcome, He travels fastest who travels alone, Self-preservation is the first law of nature*. Наиболее ярко концепт *privacy*, на наш взгляд, выражен в пословицах *My country, right or wrong* и *After me, you come first*. Интересно, что стремление британцев к чему-то частному нередко объясняется географическим расположением страны, много лет существовавшей обособленно от всего мира.

При сравнении британской и русской культур обращает на себя внимание также и индивидуалистский характер первой в сопоставлении с соборностью и коллективизмом, свойственными для второй. У британцев на первом месте всегда стоит личный интерес, самовыражение, заинтересованность в индивидуальных достижениях. Самобытность и уникальность каждой отдельной личности при этом никогда не подавляются.

Анализ речеповеденческих тактик британцев свидетельствует и об их крайней приверженности к тем реалиям жизни, которые доказали свою стабильность во времени, к сложившемуся жизненному укладу, к материальному благополучию. Достаточно вспомнить такие пословицы, как *Business before pleasure, In doing we learn, A man of words and not of deeds is like a garden full of weeds, Nothing comes from nothing, Consistency is a jewel*.

Важным аксиологическим компонентом жизни английской нации считается толерантность как способность признавать за другими людьми право на иное поведение. Британцы, сами когда-то вынужденные привыкать к но-

вым культурным и языковым реалиям, проявляют уважение и интерес к чужим традициям и культурам.

Одной из составляющих британского образа жизни является следование традициям. Британцы отдают дань традиции во всем. Общепринятость, повторяемость, связь с прошлым и народной культурой – основные ценностные компоненты концепта *traditionalism*, являющего собой способ представления действительности и отражения опыта. Высокая значимость концепта подтверждается огромным деривационным полем (*tradition, traditional, traditionally, traditionality, tradition-based, tradition-bound, tradition-conscious, tradition-laden, traditionary, traditionalize, traditionally*) и прочной закрепленностью в сознании людей: *Customs are stronger than laws, Custom is a second nature*.

Британскую культуру отличает также особое почтение прошлого. Прошлое ценится британцами выше

настоящего и будущего. Доказательство этому находим в многочисленных паремииологических единицах: *Study the past if you would divine the future, The past at least is secure, No man can call again yesterday, The next day is never good as the day before*. Следующие пословицы вообще могли появиться только у англичан со свойственным им особым культом прошлого: *Tomorrow never comes, Boast not of tomorrow, for you know not what a day may bring forth, Today is yesterday's tomorrow*.

Таким образом, сущность современной британской лингвокультуры определяется такими концептами как *privacy, individuality, stability, tolerance, traditionalism, past* и другими. Методом сплошной выборки были проанализированы 40 статей британских изданий «The Guardian», «The Independent», «The Telegraph». Приведем таблицу, иллюстрирующую частоту использования в англоязычных текстах вышеупомянутых концептов (табл.).

Таблица. Упоминания концептов
Table. References to concepts

| Анализируемый концепт (с учетом синонимического и ассоциативного рядов) | Количество примеров | Соотношение, % |
|----------------------------------------------------------------------------|---------------------|----------------|
| privacy | 119 | 22,0 |
| past | 104 | 19,2 |
| tolerance | 96 | 17,7 |
| traditionalism | 88 | 16,3 |
| individuality | 83 | 15,4 |
| stability | 51 | 9,4 |

Обращение к текстам британских интернет-СМИ показывает, что авторы статей постоянно апеллируют к этим ментальным образованиям.

Так, показательна в этом отношении статья «*One never builds something finished*»: *the brutal brilliance of architect Paulo Mendes da Rocha* британского издания «The Guardian», начинающаяся словами самого архитектора, творчеству которого она посвящена: «*All space is public. The only private place that you can imagine is in the human mind*» [10]. Обращение автора статьи к одновременно фактуализирующей и оценочно-экспрессивной цитации обусловлено не только желанием наиболее точно передать информацию, но и косвенно выразить свое отношение к ней, воздействуя таким образом на позицию адресата. В первом же абзаце встречаем еще одно упоминание концепта: «*...a city where the triumph of the private realm over the public could not be more stark*» [10].

Не менее редко авторы статей акцентируют внимание читателей на еще одной незыблемой британской ценности – стремлении к исключительности и проявлению индивидуализма. К примеру, автор статьи «*The Observer view on artificial intelligence*» подчеркивает общечеловеческую значимость уникальности: «*...the solipsism of human nature means that even the most distant of implausible threat to our uniqueness as a species bothers us*» [11].

Устремление к обособленности и желание не иметь себе равных в животном мире, по мнению Энди Мартина, преподавателя Кембриджского университета и одного из авторов «The Independent», восходит к бинарному противопоставлению «мы и другие», предлагаемому ведущими мировыми религиями. Автор пишет о том, что

именно такие оппозиции, как «us and them», «believer and heathen», «saved and damned», не только становятся причиной терроризма, но и определяют ход мировой истории в целом и наше отношение к себе как к уникальному созданию (что обозначено им как пренебрежительное «we are the good guys» mentality) или «scapegoat mentality»): «*This “dominion” idea, of humans over every other entity, just like God over humans, and man over woman, is a stupid yet corrosive binary opposition that flies in the face of our whole evolutionary history*» [12].

Тем не менее в большинстве англоязычных массмедиа встречается положительная точка зрения в отношении исключительности как основополагающей ценности. Так, один из авторов популярного среди британцев интернет-издания «The Telegraph» обращается к проблеме смены девичьей фамилии после замужества, предлагая читателю контрастное сопоставление таких ценностных ориентаций, как индивидуализм и традиционализм.

С одной стороны, автором-женщиной, самой носящей двойную фамилию (Fox-Leonard), подчеркивается присущий британцам традиционный уклад в исследуемом вопросе, о чем свидетельствуют неоднократные упоминания в тексте: «*...in her wedding speech in 2014 (another break of tradition), she took the time to explain that she wouldn't take her husband's surname*», «*Although she met some resistance from older members of their families – and even her peers...*», «*Sharing a surname in marriage remains significant in the UK, as a symbol of the family*», «*In the UK we remain highly traditional about women's naming decisions and find it difficult to understand other cultural traditions or personal decisions*» [13].

Рассказывая об общепринятых в Великобритании взглядах, автор статьи нередко отсылает читателя в прошлое, вере в которое британцы также придают огромную значимость. Так, например, встречаются прямые исторические отсылки: «*Her view harks back to a time when married women were perceived to have no name at all. The British system of hereditary surnames was imported by the Normans, along with the doctrine of coverture, the legal principle that, on marriage, a woman became her husband's possession*» [13]. Этот же прием используется автором и для акцентирования индивидуальности, присущей женщинам, решившимся пойти против устоявшейся системы: «*Wright, a compliance manager, is one of many modern-day Lucy Stones (the 19th-century suffragist known for using her maiden name after marriage)*» [13].

Индивидуальность, проявляемая британками, решившимися оставить свою девичью фамилию, становится главной идеей статьи:

«*To Wright it was an issue of **identity***»;

«*"I haven't been gobbled up by a Pac-Man husband and spat out as something dependent or weaker or owned"*»;

«*Surnames are important to our identities because they can link us to our past, present and future*»;

«*...as generations of women have discovered, **you never quite lose the sense of the person you were before***» [13].

Подтверждение постоянного обращения к прошлому как к одному из аксиологических аспектов британского образа жизни находим в «The Guardian». Автор одной из статей издания пишет об исконных причинах трепетного отношения к минувшим дням: «*We recognise that with time every human being will cease being, will only have been. And so we seek to resist time. We rebel against it. We are drawn like lovers to the unreachable **past**, to imagined memories, to nostalgia*». В обоснование этой мысли автор приводит размышления о том, что ностальгия проявляется во многих сферах современной жизни – от политики («*... nostalgia is a terribly potent force at this moment of history. Nostalgia manifests itself in so much of our political rhetoric*») до индустрии развлечений («*Nostalgia manifests itself in our entertainment and artistic culture as well*») и области высоких технологий («*Nor is the realm of technology resistant to nostalgia «...» On our dominant social networks we are pulled out of the present moment to constantly shape and examine and interact with carefully curated **pasts***») [14].

Как отмечает В. А. Буряковская, основными аксиологическими векторами современного медиадискурса являются гламурный, агрессивный и магический модуль, а к наиболее ярким концептам медийной культуры относятся *гламур* и *автомобиль* [2].

Так, к примеру, в статье «The Telegraph» от 3 марта 2017 г. «*Affairs, breakdowns and takedowns: the secret world of the school run*», повествующей о негласном соперничестве мам, разворачивающемся за стенами школ, в которых учатся их дети, речь идет и об агрессии, и о гламуре, и даже об автомобилях («*...steals her parking place*», «*...hides in her car*», «*Many of them jumped into a Range Rover...*») [15].

В статье рассказывается об агрессивном отношении, проявляемом и касательно тех мам, которые не входят в круг общения «избранных», и о соперничестве «элиты» между собой. Автор использует так называемые лин-

гвоцинизмы – высказывания, передающие демонстративно-пренебрежительное отношение к чему-либо: *a reality, quite frankly, that most mothers would like to forget; alpha mothers at the school gates; the school gates are like a chimpanzee laboratory; the female primates in full swing; the mothering fight club; the school gate performance* [15].

Интересно, что соперничество, о котором идет речь, разворачивается в основном косвенно и обнаруживает себя через внешние, гламурные проявления: «*... mothers woke up extra early to blow dry their hair, put on their best designer pumps and strut up the front stairs first so they could be seen (wind in their hair) in full view of everyone else*» [15]. Используемые автором метафоры и те связаны с гламуром и «модными» местами: «*...where every morning was the Oscars meet the Paris catwalks*», «*But if drop-off is a Gala, pick up is an off Broadway show that closed early*» [15].

Анализ интернет-СМИ показывает, что эффективное воздействие на реципиента исключительно по единичному продукту медиадискурса невозможно – всегда требуется обращение к первичным текстам, содержащим метаинформацию. Особенно ярко это проявляется в изданиях социально-политической направленности. Так, например, в статье британского журнала «The Independent» от 28 января 2017 г. «*Theresa May repeatedly refuses to condemn Donald Trump's immigration ban*», говоря о заключенной договоренности премьер-министра Великобритании с президентом Турции Реджепом Эрдоганом, автор использует отрицательно-окрашенный эпитет *controversial* (*controversy – public discussion or argument, often rather angry, about sth which many people disagree about or shocked by* [16, с. 253]): «*After agreeing a controversial £100 million fighter jet deal amid wide-ranging purges and security crackdowns following an attempted coup against President Recep Tayyip Erdogan, Ms May held a joint press conference with Prime Minister Binali Yildirim*» [17].

Выбор эпитета становится очевидным, если обратиться к предшествующей публикации «*May agrees fighter jet deal with Erdogan despite human rights abus*» [18], размещенной в том же издании и гиперссылка на которую предлагается в самой статье. Уже сам заголовок и содержание заметки свидетельствуют о намерениях автора указать на противоречивые действия правительства Великобритании в отношении к столь превозносимым в британском обществе ценностям – толерантности и правам личности.

Медиадискурс отражает свою аксиологическую составляющую как правило через имплицитное представление ценностей образа жизни людей, что определяет и его стилистическое своеобразие.

Первое, что привлекает внимание читателей – заголовки, носящие сенсационный характер, либо содержащие в себе обыгрывание сюжетов или фраз из известных художественных произведений. Так, наиболее показательны в этом отношении заголовки «The Times»: *Pincer "prank" killed Kim's brother, Impulsive General Misha shoots himself in the foot, Revealed: new "Trojan Horse plot"* и многие другие.

В изучении современного медиадискурса особое внимание привлекает анализ использования неологизмов. Функционирующие в пределах СМИ и обладающие существенной экспрессией неологизмы передают

субъективное отношение автора к изображаемым фактам. Так, в статье «The Telegraph», рассказывающей об увеличении числа университетов Великобритании, притесняющих свободу слова и самовыражение, используется неологизм «*snowflake generation*», совсем недавно вошедший в обиход и получивший широкое распространение, о чем свидетельствует факт его включения в 2016 г. в словарь Collin's Dictionary.

Обозначая молодых людей, взращенных в условиях 2010-х гг., эмоционально уязвимых и в большей степени предрасположенных к обидам, нежели подростков, формировавшихся в предшествующие десятилетия, выражение «*snowflake generation*» образовано слиянием слов «*снежинка*» и «*поколение*». Данный неологизм характеризует юношей и девушек, воспитанных по принципу превозношения их исключительности и уникальности (в природе не существует одинаковых «снежинок», а каждый подросток – уникальная личность).

Использование термина в статье «*More than 90 percent of universities are restricting free speech, study finds*» как нельзя лучше раскрывает отношение автора к изображаемым фактам. Материал посвящен описанию того, как ведущие университеты страны на территориях своих кампусов инициируют запреты свободного выражения взглядов, нивелируя таким образом ту самую уникальность и индивидуализм, так старательно вскармливаемые британским обществом: «...*21 universities have banned high profile speakers from attending lectures «...» because of their views*», «... *universities formally ban an individual from speaking on campus*», «...*banned the sale of one or more newspapers*», «... *banned sombreroes, on the grounds that they constituted “cultural appropriation”*» [19].

Литература

1. Кожемякин Е. А. Дискурсивный подход к изучению культуры // Современный дискурс-анализ. Вып. 1. Т. 1. Режим доступа: <http://www.discourseanalysis.org/ada1/st6.shtml> (дата обращения: 04.01.2017).
2. Буряковская В. А. Коммуникативные характеристики массовой культуры в медийном дискурсе (на материале русского и английского языков): дис. ... д-ра филол. наук; Волгоградский гос. социально-педагогический ун-т, Волгоград, 2015. 326 с.
3. Коновалова М. В. Медиадискурс и подходы к его изучению // Филологические науки. 2015. Вып. 98. С. 101–108.
4. Клушина Н. И. Медиастилистика в антропоцентрической парадигме: новые методы и подходы // Развитие русскоязычного медиапространства: коммуникационные и этические проблемы: материалы научно-практической конференции (26–27 апреля 2013 г.). М., 2013. С. 48–55.
5. Англо-русский словарь по лингвистике и семиотике / под ред. А. Н. Баранова и Д. О. Добровольского. М.: Помовский и партнеры, 1996. 642 с.
6. Менджеричкая Е. О. Дискурс, медиадискурс и когнитивно-дискурсивная парадигма в лингвистике // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2011. № 3. С. 54–60.
7. Григорьева И. В., Тихонова Е. В. Влияние конвергенции на формат и содержание медиатекстов // Развитие русскоязычного медиапространства: коммуникационные и этические проблемы: материалы научно-практической конференции (26–27 апреля 2013 г.). М., 2013. С. 131–136.
8. Горощко Е. И., Каверина А. С. Типологизация контента современных СМИ (попытка рефлексии) // Развитие русскоязычного медиапространства: коммуникационные и этические проблемы: материалы научно-практической конференции (26–27 апреля 2013 г.). М., 2013. С. 122–130.
9. Волынец Ю. П. Способы реализации аксиологического потенциала сегментированных цитат в англоязычном медиадискурсе // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Серия: Гуманитарные науки. 2014. Вып. 20 (706). С. 60–72.
10. Wainwright O. “One never builds something finished”: the brutal brilliance of architect Paulo Mendes da Rocha // The Guardian. 2017. 4 February. Режим доступа: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2017/feb/04/why-paulo-mendes-da-rocha-raises-architecture-to-a-new-level> (дата обращения: 04.02.2017).

Еще одним часто используемым приемом является включение в текст эмоционально-оценочных слов и устойчивых выражений, носящих, как правило, отрицательные коннотации. Так, например, в анализируемых статьях используются следующие:

1) *Sky-gods and scapegoats: From Genesis to 9/11 to Khalid Masood, how righteous blame of 'the other' shapes human history* – mind-numbing security, the Scapegoater-in-chief occupies the White House, Islamophobic fascist fellow-traveller, holier-than-thou attitude;

2) *Mohsin Hamid on the dangers of nostalgia: we need to imagine a brighter future* – a rallying cry of taking back control, scant reassurance, dangerous calls of charlatans and bigots and xenophobes, the jarringly total nature of this shift;

3) *Affairs, breakdowns and takedowns: the secret world of the school run* – the battleground of motherhood, the sinister twist of a murder, Australian nannies by close of play, faintly enemies;

4) *More than 90 percent of universities are restricting free speech, study finds* – bizarre findings, the erosion of free speech, take all the flak.

Таким образом, медиадискурс, реализуя функцию воздействия, представляет собой динамическое социально-культурное, нравственно-этическое и лингвистическое явление. Дискурс массмедиа становится важнейшим дискурсом, претворяющим в действительность направление изменений социальной мысли и воссоздающим концептуальную картину мировидения личности. Изучение аксиологической составляющей как одного из содержательных компонентов англоязычного медиадискурса позволяет определить особенности социальных норм, моральных и ценностных устоев британского общества, а также выявить способы их трансляции в массовое сознание.

11. The Observer view on artificial intelligence. Observer editorial // The Guardian. 2017. 5 February. Режим доступа: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/feb/05/poker-artificial-intelligence-robot-beware-algorithms> (дата обращения: 04.02.2017).
12. Martin A. Sky-gods and scapegoats: From Genesis to 9/11 to Khalid Masood, how righteous blame of 'the other' shapes human history // The Independent. 2017. 31 March. Режим доступа: http://www.independent.co.uk/news/long_reads/sky-gods-and-scapegoats-from-genesis-to-911-to-khalid-masood-how-righteous-blame-of-the-other-shapes-a7657676.html (дата обращения: 01.04.2017).
13. Fox-Leonard B. "I didn't want to lose my identity when I got married": The new rules of surname changing // The Telegraph. 2017. 1 March. Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk/women/family/didnt-want-lose-identity-got-married-new-rules-surname-changing/> (дата обращения: 18.02.2017).
14. Mohsin H. Mohsin Hamid on the dangers of nostalgia: we need to imagine a brighter future // The Guardian. 2017. 25 February. Режим доступа: <https://www.theguardian.com/books/2017/feb/25/mohsin-hamid-danger-nostalgia-brighter-future> (дата обращения: 26.02.2017).
15. Kirwan-Taylor H. Affairs, breakdowns and takedowns: the secret world of the school run // The Telegraph. 2017. 13 March. Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk/women/life/affairs-breakdowns-takedowns-secret-world-school-run/> (дата обращения: 04.03.2017).
16. Hornby A. S. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English / ed. By J. Crowther . Oxford: Oxford University Press, 1998. 1428 p.
17. Watts J., Dearden L. Theresa May repeatedly refuses to condemn Donald Trump's immigration ban // The Independent. 2017. 28 January. Режим доступа: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/theresa-may-donald-trump-immigration-ban-muslim-turkey-refugee-refuses-to-condemn-latest-a7551121.html> (дата обращения: 04.02.2017).
18. Watts J. Theresa May agrees fighter jet deal with Erdogan despite human rights abuse // The Independent. 2017. 28 January. Режим доступа: <http://www.independent.co.uk/news/world/asia/theresa-may-agrees-100m-fighter-jet-deal-with-turkeys-erdogan-despite-human-rights-concerns-a7551006.html> (дата обращения: 04.02.2017).
19. Rosen E. More than 90 percent of universities are restricting free speech, study finds // The Telegraph. 2017. 14 February. Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk/education/2017/02/14/90-percent-universities-restricting-free-speech-study-finds/> (дата обращения: 04.03.2017).

AXIOLOGICAL COMPONENT OF COMMUNICATIVE SPACE IN MEDIA DISCOURSE (IN THE ENGLISH-LANGUAGE INTERNET MEDIA)

Ekaterina V. Ponomareva^{1, @}

¹ V. Vernadsky Crimean Federal University, 4, Vernadsky Ave., Simferopol, Russia, 295007

@ ponomar_kitty@mail.ru

Received 02.05.2017.

Accepted 05.09.2017.

Keywords: media discourse, axiological component, value, the British linguoculture, linguocultural peculiarities.

Abstract: The article is devoted to the study of the axiological component of the English-language media discourse, which has not received due consideration in current linguistic theories. With the purpose of revealing the communicative message of the content of modern media, the paper features an attempt to analyse a variety of the collective British values and cultural characteristics, translated into the mass consciousness of the reader, as exemplified in the English-language Internet periodicals («The Guardian», «The Independent», «The Telegraph»). The codes transmitted by the English-language media discourse influence the world outlook of the recipient, as well as contribute to the assimilation of social and behavioural norms and principles. Since the axiological component can acquire a special role in organizing the meaning of the text, it is necessary to take into account the possible variants of coding of the latter for full-fledged perception of the text. From the standpoint of cognitive linguistics, the research reveals the fact that the texts of online media are characterized by a predominant appeal to such mental concepts as *privacy*, *individuality*, *stability*, *tolerance*, *traditionalism*, *past*. It represents, in general terms, the system of language devices and means used for communicative field formation of media discourse; the conclusion about its socio-cultural nature is drawn.

For citations: Ponomareva E. V. Aksiologicheskaja sostavliajushchaja kommunikativnogo prostranstva mediadiskursa (na primere anglojazychnykh internet-SMI) [Axiological Component of Communicative Space in Media Discourse (in the English-language Media)]. *Bulletin of Kemerovo State University*, no. 3 (2017): 198–204. (In Russ.) DOI: 10.21603/2078-8975-2017-3-198-204.

References

1. Kozhemiakin E. A. Diskursnyi podkhod k izucheniiu kul'tury [Discursive approach to the study of culture]. *Sovremennyi diskurs-analiz = Modern discourse analysis*, 1, no. 1. Available at: <http://www.discourseanalysis.org/ada1/st6.shtml> (accessed 04.01.2017).
2. Buriakovskaia V. A. *Kommunikativnye kharakteristiki massovoi kul'tury v mediinom diskurse (na materiale russkogo i angliiskogo iazykov)*. Diss. doktora filol. nauk [Communicative characteristics of mass culture in media discourse (on the material of Russian and English languages). Dr. philol. Sci. Diss.]. Volgograd State Social and Pedagogical University. Volgograd, 2015, 326.
3. Konovalova M. V. Mediadiskurs i podkhody k ego izucheniiu [Media discourse and approaches to its study]. *Filologicheskie nauki = Philological Sciences*, no. 98 (2015): 101–108.
4. Klushina N. I. Mediastilistika v antropotsentricheskoi paradigme: novye metody i podkhody [Mediastilistics in the anthropocentric paradigm: new methods and approaches]. *Razvitie russkoiazыchnogo mediaprostranstva: kommunikatsionnye i eticheskie problemy: materialy nauchno-prakticheskoi konferentsii (26–27 apreliia 2013)* [Development of Russian-language media space: communicative and ethical issues: Proc. Sc.-Prac. Conf. (April 26–27 2013)]. Moscow, 2013, 48–55.
5. *Anglo-russkii slovar' po lingvistike i semiotike* [English-Russian Dictionary of Linguistics and Semiotics]. Ed. A. N. Baranov i D. O. Dobrovolskii. Moscow: Pomovskii i partnery, 1996, 642.
6. Mendzheritskaia E. O. Diskurs, mediadiskurs i kognitivno-diskursivnaia paradigma v lingvistike [Discourse, media discourse and the cognitive-discursive paradigm in linguistics]. *Izvestiia Iuzhnogo federal'nogo universiteta. Filologicheskie nauki = Proceedings of the Southern Federal University. Philological Sciences*, no. 3 (2011): 54–60.
7. Grigor'eva I. V., Tikhonova E. V. Vliianie konvergentsii na format i sodержanie mediatekstov [Effect of convergence on the format and content of media texts]. *Razvitie russkoiazыchnogo mediaprostranstva: kommunikatsionnye i eticheskie problemy: materialy nauchno-prakticheskoi konferentsii (26–27 apreliia 2013)* [Development of Russian-language media space: communicative and ethical issues: Proc. Sc.-Prac. Conf. (April 26–27 2013)]. Moscow, 2013, 131–136.
8. Goroshko E. I., Kaverina A. S. Tipologizatsiia kontenta sovremennykh SMI (popytka refleksii) [Typologization of the content of modern media (an attempt of reflection)]. *Razvitie russkoiazыchnogo mediaprostranstva: kommunikatsionnye i eticheskie problemy: materialy nauchno-prakticheskoi konferentsii (26–27 apreliia 2013)* [Development of Russian-language media space: communicative and ethical issues: Proc. Sc.-Prac. Conf. (April 26–27 2013)]. Moscow, 2013, 122–130.
9. Volynets Iu. P. Sposoby realizatsii aksiologicheskogo potentsiala segmentirovannykh tsitat v angloiazыchnom mediadiskurse [Ways to realize the axiological potential of segmented quotations in the English-language media course]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Seriia: Gumanitarnye nauki = Bulletin of Moscow State Linguistic University. Series: Humanitarian Sciences*, no. 20 (2014): 60–72.
10. Wainwright O. “One never builds something finished”: the brutal brilliance of architect Paulo Mendes da Rocha. *The Guardian*. 4 February (2017). Available at: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2017/feb/04/why-paulo-mendes-da-rocha-raises-architecture-to-a-new-level> (accessed 04.02.2017).
11. The Observer view on artificial intelligence. *The Guardian*. 5 February (2017). Available at: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/feb/05/poker-artificial-intelligence-robot-beware-algorithms> (accessed 04.02.2017).
12. Martin A. Sky-gods and scapegoats: From Genesis to 9/11 to Khalid Masood, how righteous blame of 'the other' shapes human history. *The Independent*. 31 March (2017). Available at: http://www.independent.co.uk/news/long_reads/sky-gods-and-scapegoats-from-genesis-to-911-to-khalid-masood-how-righteous-blame-of-the-other-shapes-a7657676.html (accessed 01.04.2017).
13. Fox-Leonard B. “I didn’t want to lose my identity when I got married”: The new rules of surname changing. *The Telegraph*. 1 March (2017). Available at: <http://www.telegraph.co.uk/women/family/didnt-want-lose-identity-got-married-new-rules-surname-changing/> (accessed 18.02.2017).
14. Mohsin H. Mohsin Hamid on the dangers of nostalgia: we need to imagine a brighter future. *The Guardian*. 25 February (2017). Available at: <https://www.theguardian.com/books/2017/feb/25/mohsin-hamid-danger-nostalgia-brighter-future> (accessed 26.02.2017).
15. Kirwan-Taylor H. Affairs, breakdowns and takedowns: the secret world of the school run. *The Telegraph*. 13 March (2017). Available at: <http://www.telegraph.co.uk/women/life/affairs-breakdowns-takedowns-secret-world-school-run/> (accessed 04.03.2017).
16. Hornby A. S. *Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current English*. Ed. By J. Crowther. Oxford: Oxford University Press, 1998, 1428.
17. Watts J., Dearden L. Theresa May repeatedly refuses to condemn Donald Trump’s immigration ban. *The Independent*. 28 January (2017). Available at: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/theresa-may-donald-trump-immigration-ban-muslim-turkey-refugee-refuses-to-condemn-latest-a7551121.html> (accessed 04.02.2017).
18. Watts J. May agrees fighter jet deal with Erdogan despite human rights abuse. *The Independent*. 28 January (2017). Available at: <http://www.independent.co.uk/news/world/asia/theresa-may-agrees-100m-fighter-jet-deal-with-turkeys-erdogan-despite-human-rights-concerns-a7551006.html> (accessed 04.02.2017).
19. Rosen E. More than 90 percent of universities are restricting free speech, study finds. *The Telegraph*. 14 February (2017). Available at: <http://www.telegraph.co.uk/education/2017/02/14/90-percent-universities-restricting-free-speech-study-finds/> (accessed 04.03.2017).