

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра романо-германской филологии
и переводоведения

**Ключевые слова текущего момента
в современном британском медиадискурсе
(на материале научно-популярных и газетных текстов)**

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ МАГИСТРА

студента 2 курса 254 группы
направления 45.04.01 «Филология»
профиля «Современные европейские языки и перевод»
Института филологии и журналистики

Лемдяевой Ольги Олеговны

Научный руководитель
к.ф.н., доцент

подпись, дата

Харламова Т.В.

Зав. кафедрой
к.ф.н., доцент

подпись, дата

Харламова Т.В.

Саратов 2026

Введение. Данная работа представляет собой исследование функционирования ключевых слов текущего момента (КСТМ) на материале современных британских печатных изданий «New Scientist», «National Geographic», «The Times» и «The Guardian».

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что КСТМ позволяют обозначить процессы и изменения, имеющие место в современном дискурсивном пространстве, что помогает аудитории сформировать не только мнения о происходящих событиях, но и собственную картину мира.

Научная новизна работы заключается в том, что исследование проводится на материале современных печатных изданий, которые не анализировались ранее. В ходе анализа выявлена и описана специфика функционирования данных единиц в двух контрастных типах дискурса: научно-популярном (ориентированном на репрезентацию знаний) и газетном (ориентированном на оценочность и оперативность).

Объектом исследования является современный британский медиадискурс. **Предметом** исследования являются ключевые слова текущего момента как особые языковые единицы, которые функционируют в современном газетном и научно-популярном медиадискурсах.

Цель исследования заключается в выявлении, анализе и описании функционирования КСТМ на материале английских научно-популярных журналов «New Scientist» и «National Geographic» и газет «The Times» и «The Guardian».

Поставленная цель достигается путем решения следующих **задач**:

- представить обзор существующих подходов к изучению медиадискурса в целом, а также газетного и научно-популярного видов дискурса в частности;

- дать определение понятию «ключевое слово текущего момента»;

- описать критерии, согласно которым слова можно отнести к группе КСТМ;

- выявить КСТМ в современной британской прессе;

- изучить особенности ключевых слов и их роль в современном британском газетном и научно-популярном медиадискурсе.

Материалом для исследования послужили британские печатные издания «New Scientist», «National Geographic», «The Times» и «The Guardian» за 2023 и 2024 годы.

Объем материала составил 1322 статьи.

Основными **методами**, используемыми в работе, являются метод сплошной выборки, дискурсивный анализ и количественный анализ.

Данная работа содержит введение, две главы и заключение. Первая глава «Теоретические основы изучения медиадискурса и КСТМ» состоит из 4 разделов: «Понятие медиадискурса», «Газетный дискурс как разновидность медиадискурса», «Специфика научно-популярного медиадискурса», «Феномен „ключевого слова текущего момента“: к определению понятия». Вторая глава состоит из четырех разделов: «Анализ ключевых слов текущего момента в современном британском медиадискурсе», «Анализ ключевых слов текущего момента в научно-популярном медиадискурсе на материале журналов «New Scientist» и «National Geographic» (подразделы: «AI как ключевое слово в научно популярным медиадискурсе», «Covid-19 как ключевое слово в научно популярным медиадискурсе», «Climate change как ключевое слово в научно популярным медиадискурсе»), «Анализ ключевых слов текущего момента в научно-популярном медиадискурсе на материале журналов «The Times» и «The Guardian» (подразделы: «AI как ключевое слово в газетном медиадискурсе», «Covid-19 как ключевое слово в газетном медиадискурсе», «Climate change как ключевое слово в газетном медиадискурсе») и «Сравнительный анализ КСТМ».

Работа прошла **апробацию** на Всероссийской научной конференции «Филология и журналистика в XXI веке» (Саратов, 2025 год).

Основное содержание работы. В Главе 1 «Теоретические основы изучения медиадискурса и КСТМ» рассматривается понятие дискурс как сложное и многогранное понятие, о чем свидетельствует обилие работ и исследований, посвященных его анализу. Изучением дискурса занимались такие выдающиеся специалисты, как Н. Д. Арутюнова, И. А. Бодуэн де Куртене, В. З. Демьянков, М. Р. Желтухина, В. И. Карасик, П. Серио, Ю. С. Степанов, Т. ван Дейк и многие другие.

П. Серио, швейцарский лингвист и культуролог, определяет дискурс как использование языка для выражения особой ментальности [5].

Производным от концепции дискурса является понятие медиадискурса, представляющего собой связный, вербальный/невербальный, устный/письменный текст в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами и выраженный средствами массовой коммуникации [7].

По Т. Г. Добросклонской, медиадискурс – «функционально-обусловленный тип дискурса, который понимается как совокупность речевых практик и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия» [6, с. 7].

Для данного исследования особый интерес представляют научно-популярный и газетный виды медиадискурса.

Бобровская Г. В. определяет газетный дискурс как «динамическое когнитивно-коммуникативное явление, процесс и результат речевой коммуникации в печатных СМИ, а газетный текст как продукт дискурсивной деятельности в условиях массовой коммуникации, способствующий обмену социально значимой актуальной информацией» [11, с. 12].

Говоря о свойствах газетного дискурса, С. В. Бекетова приписывает ему такие черты, как: массовость, регулярность, способность быстро проникать в самые отдаленные районы, территориальная неограниченность, информативность и разнообразие тематики, позволяющие обращаться к самой широкой аудитории, отсутствие социальных ограничений и заинтересованность в упорядоченности языка [14].

Научный текст является «предметно-знаковой моделью сопряженных коммуникативных деятельностей представителей научного социума, вербализующей фрагменты научного знания, специального подязыка, национальной культуры в профессионального социального пространства в их глобальном единстве и взаимообусловленности» [19, с. 68]. Научно-популярный текст является одной из разновидностей научного текста.

О. А. Шутова констатирует, что «научно-популярный дискурс – это сложное коммуникативное явление, которое сочетает в себе особенности как научного, так и популярного дискурсов, продуктом которого является свертхтекст. Основная цель автора – доступно передать научную информацию адресату» [26, с. 75].

В ходе исследования было также рассмотрено понятие «ключевые слова текущего момента» и параметры, по которым они реализуются.

Изучением КСТМ занимались такие исследователи, как Т. В. Шмелёва, А. Вежбицкая, И. А. Нефляшева, Т. В. Федотова, С. В. Ильясова и другие.

В научный оборот понятие «ключевые слова текущего момента» вводит Т. В. Шмелева. Она определяет КСТМ как «слова и обороты, актуальные именно для данного, текущего, сравнительно короткого исторического периода развития общества» [40, с. 33].

Т. В. Шмелёва разработала концепцию лингвистических параметров ключевых слов:

1. частотность употребления;
2. текстовое пространство (ключевые слова довольно часто помещаются в названия статей и рубрик и выдвигаются в заголовки газетных текстов);
3. грамматический потенциал слова (возможности слова образовывать новые слова);
4. синтагматика (сочетаемость возможности слова);
5. парадигматика (формирование новых синонимических, антонимических других связей, накопление новых коннотаций);
6. онимическое употребление (использование слова в качестве имени собственного);
7. употребление слова в предложениях-дефинициях;
8. языковая рефлексия (включенность ключевого слова в метаязыковые высказывания и тексты-рефлексивы);
9. языковая игра (нарушение речевой нормы с целью придания слову более экспрессивного значения и достижения стилистического эффекта) [39].

Во второй главе «Анализ ключевых слов текущего момента в современном газетном и научно-популярном медиадискурсе» рассматриваются и анализируются ключевые слова текущего момента в современном британском медиадискурсе за 2023-2023 гг. В ходе исследования было выделены КСТМ, которые активно использовались в таких британских изданиях, как «The Times», «The Guardian», «New Scientist» и «National Geographic». Все ключевые слова были разделены на три группы: «AI», «COVID-19» и «Climate change».

В научно-популярном медиадискурсе наиболее многочисленной оказалась группа «AI». В 2023 году в журналах «New Scientist» (150

статей) и «National Geographic» (151 статья) зафиксировано 127 употреблений AI и 122 смежных термина. В 2024 году частотность употребления единицы AI в «New Scientist» (180 статей) и «National Geographic» (128 статей) возросла до 339 употреблений AI и 77 связанных терминов.

В газетном дискурсе группа «AI» также лидирует, но с иной динамикой. В 2023 году в «The Times» и «The Guardian» (89 статей) зафиксировано 374 употребления AI и 156 смежных терминов. В 2024 году (76 статей) – 354 употребления AI и 146 терминов. Суммарно за два года газеты зафиксировали 728 употреблений AI против 446 в научно-популярном медиадискурсе, что свидетельствует о более интенсивном «освоении» темы газетами.

Оба типа медиадискурса демонстрируют соответствие параметрам КСТМ: высокая частотность, заголовочные позиции (*Is **GPT-4** the first truly intelligent **chatbot**? (New Scientist, номер выпуска: 3432, 01.04.2023); Warren Buffett warns the AI genie is 'out of the bottle' (The Times, 24.12.2024)*), синтагматика (*AI model, to regulate AI* и т. д.), парадигматика (*AI – AIs – AGI* и т. д.), метафоры (*Christopher Nolan says AI is our **Oppenheimer moment** (The Times, 18.07.2023)*).

Расширение контекстов включает освещение AI как инструмента научных открытий в медицине и археологии, исследователя природы, генератора контента, например:

Global demand for internet services and AI means the data centres that support them could double their electricity consumption in just two years (New Scientist, номер выпуска: 3486, 24.01.2024); The team is using an AI model dubbed Sturgeon, which can categorize brain tumors with 90 percent accuracy in 40 minutes (National Geographic, 15.10.2024).

Научно-популярный медиадискурс представляет AI как исследовательскую программу и инструмент ускорения открытий

(астрономия, археология, экология), тогда как газетный – как социально-политический маркер, акцентируя безопасность, автоматизацию рабочих мест, угрозу вымирания человечества и дезинформацию.

Группа «Covid-19» в научно-популярном медиадискурсе демонстрирует резкий спад: в 2023 году – 116 употреблений Covid-19 и 264 смежных термина (147 статей), в 2024 году – 52 ключевого слова и 134 термина данного семантического поля (137 статей). В газетном медиадискурсе, напротив, сохраняется относительная стабильность: в 2023 году – 91 употребление Covid-19 и 371 смежный термин (72 статьи), в 2024 году – 97 ключевых слов и 383 терминов данного семантического поля (70 статей).

Оба типа медиадискурса соответствуют параметрам КСТМ: частотность, заголовки (*How long COVID is shedding light on other chronic conditions (New Scientist, номер выпуска:3428, 04.03.2023)*; *Covid-19 inquiry will exclude state and territory decisions (The Guardian, 20.09.2023)*), синтагматика (*long COVID, post-Covid, Covid-19 vaccines*), парадигматика (*Covid-19 – coronavirus – SARS-CoV-2 – Omicron – JN.1*), метафоры (*A soup of omicron subvariants could drive the next covid-19 wave (New Scientist, номер выпуска:3462, 28.10.2023)*; *We now have a new human coronavirus that will continue to blight human populations into the future,” said Professor Andrew Lee of Sheffield University (The Guardian, 07.05.2023)*).

В отличие от научно-популярных изданий, газеты продолжают освещать социально-экономические и политические последствия пандемии, например:

Covid illness legacy costs £16bn a year in benefits and lost taxes (The Times, 02.11.2023); *Long Covid is so debilitating that many sufferers report a lower quality of life than people with stage 4 lung cancer (The Guardian, 16.10.2024)*.

Научно-популярный медиадискурс стремится к объективизации, представляя Covid-19 как объект изучения в генетике и иммунологии; газетный дискурс склонен к драматизации, изображая пандемию как фактор социальных и политических проблем, причину преступлений и банкротства.

Группа «climate change» в научно-популярном дискурсе демонстрирует стабильность: в 2023 году – 100 употреблений climate change и 242 связанных термина (156 статей), в 2024 году – 93 и 91 (160 статей). В газетном дискурсе в 2023 году зафиксировано 175 употреблений climate change и 211 смежных терминов (72 статьи); в 2024 году – 132 употребления ключевого слова и 244 связанных термина (64 статьи).

Оба типа дискурса соответствуют параметрам КСТМ: частотность, заголовки (*Can technology help fix the **climate** crisis? (National Geographic, 17.05.2023)*); *Stop political infighting to tackle **climate change**, say experts (The Times, 24.12.2023)*), синтагматика (*climate crisis, to tackle climate change, climate summit*), метафоры (*Another weapon to **fight climate change?** (National Geographic, 18.10.2023)*)).

В научно-популярном медиадискурсе «climate change» остаётся естественно-научным концептом (изменение погодных паттернов, таяние льдов, трансформация экосистем). В газетном медиадискурсе ключевое слово climate change рассматривается больше через призму социально-политических проблем – климатической дипломатии, экономических потерь, влияния на психическое здоровье.

Важным наблюдением в ходе исследования стало частое пересечение КСТМ из разных лексико-семантических групп как в научно-популярном, так и в газетном медиадискурсе, что указывает на взаимосвязь и комплексность рассматриваемых проблем, например:

Artificial intelligence and climate change were 2023's twin challenges» (New Scientist, номер выпуска 3468, 13.12.2023); If you think that AI could

never be smart enough to take over the world, please note that the world was just taken over by a simple coronavirus (The Guardian, 20.05.2023). При этом не все параметры ключевых слов текущего момента, выделенные Т. В. Шмелевой, в равной степени реализуются в анализируемых типах дискурса. Регулярно представленными оказались высокая частотность употребления, закреплённость за сильными текстовыми позициями, развитая синтагматическая и парадигматическая сочетаемость, а также метафорическое использование (хотя и с разной интенсивностью). Напротив, такие параметры, как грамматический потенциал (способность слова образовывать новые словоформы), употребление в дефиниционных конструкциях, рефлексия над языком и языковая игра, в анализируемом корпусе практически отсутствуют либо встречаются эпизодически. Данная неравномерность объясняется стилистическими ограничениями жанра новостной заметки, где приоритет отдан однозначности и стандартизированным конструкциям, а в случае с научно-популярным медиадискурсом – простотой изложения, рассчитанной на широкую аудиторию, и динамичным развитием самой терминологии.

Таким образом, проведённый анализ полностью подтверждает, что выделенные три лексико-семантические группы («AI», «Covid-19» и «climate change») соответствуют статусу ключевых слов текущего момента. Количественное распределение групп наглядно фиксирует динамику британского медиадискурса 2023–2024 годов: технологический прорыв в области искусственного интеллекта вышел на первый план, экологическая проблематика сохраняет статус фундаментальной и разрастающейся темы, а актуальность пандемийной повестки заметно снизилась, хотя и трансформировалась в устойчивый культурный и научный референт. Газетный и научно-популярный медиадискурсы, при общем сходстве выделяемых КСТМ, различаются по интенсивности их освещения, дискурсивным стратегиям и способам репрезентации, что

обусловлено различиями в жанровой специфике, социальных функциях и стратегиях воздействия на читателя.

В **заключении** подводятся итоги проведенного исследования. Возрастание интереса к СМИ, отражающим и формирующим общественное сознание в эпоху быстрых технологических, экологических и социальных изменений, обуславливает значимость данной работы. Газеты и научно-популярные журналы являются основной средой для возникновения и распространения новых языковых явлений, среди которых особое место занимают ключевые слова текущего момента (КСТМ).

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы:

1. В британском медиадискурсе 2023–2024 гг. КСТМ распределяются по трём лексико-семантическим группам: «AI», «climate change» и «Covid-19».
2. Наиболее частотным КСТМ как в научно-популярном, так и в газетном дискурсе является единица «AI».
3. КСТМ функционируют в названных типах дискурса по-разному, что свидетельствует о специфике каждого из них.
4. КСТМ действуют в комплексе друг с другом; зафиксировано многочисленное пересечение выделенных групп.
5. Снижение частоты употребления «Covid-19» не означает утраты словом ключевого статуса: оно трансформируется из обозначения актуальной угрозы в устойчивый культурный феномен.