

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Кафедра английского языка
и методики его преподавания

**Лингвистическая репрезентация выборов президента США 2024 в англо-
и немецкоязычной прессе**
АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ
МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 2 курса 291 группы
направления 44.04.01 Педагогическое образование
профиль – «Иностранные языки в контексте современной культуры»
факультета гуманитарных дисциплин, русского и иностранных языков

Клочкова Константина Сергеевича

Научный руководитель
доцент кафедры английского языка и
методики его преподавания
канд. фил. наук

26.05.2026 Ю.Н. Мухина

дата, подпись

Зав. кафедрой
английского языка
и методики его преподавания
канд. пед. наук, доцент

26.05.2026 Г.А. Никитина

дата, подпись

Саратов 2026 год

Введение. Актуальность выбранной темы определяется ключевой ролью средств массовой информации в современном обществе. Медиатексты не только отражают происходящие события, но и активно участвуют в формировании общественного мнения, конструировании картины мира и манипулировании массовым сознанием. В условиях глобализации и стремительного развития цифровых технологий политические события международного масштаба, такие как президентские выборы в США 2024 года, становятся объектом пристального внимания ведущих мировых изданий. Освещение этих выборов в англо- и немецкоязычной прессе демонстрирует, как лингвистические средства, стилистические приёмы и дискурсивные стратегии используются для репрезентации кандидатов, избирательного процесса и его последствий, а также для выражения национально-культурных и идеологических позиций.

Объектом исследования является современный массмедийный дискурс, рассматриваемый как совокупность медиатекстов с определёнными признаками, идентифицирующими различные дискурсивные формации. Предметом исследования выступают стилистические средства выразительности, методы креолизации, а также лингвистические механизмы репрезентации и оценки в новостных статьях англо- и немецкоязычной прессы.

Цель исследования заключается в проведении сравнительного анализа лингвистических средств репрезентации президентских выборов США 2024 года в англо- и немецкоязычной прессе для определения универсальных и национально-специфических особенностей статей, описывающих кандидатов и процедуру выборов.

Гипотеза исследования формулируется следующим образом: англоязычная пресса будет представлять событие с ярким акцентом на персоналиях кандидатов и их конфликте, используя эмоционально-насыщенные стилистические средства, в то время как немецкоязычная пресса

займет позицию внешнего наблюдателя, применяя более сдержанные, аналитические оценочные модели и проецируя влияние события на внутреннюю политику Германии.

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи:

1 Изучить теоретико-методологические основы исследования политического медиадискурса, включая ключевые понятия медиалингвистики, медиадискурса и медиатекста.

2 Проанализировать лингвистические механизмы репрезентации и оценки в медиа, а также национально-культурную специфику медиадискурса.

3 Охарактеризовать основы американской, британской и немецкой медиатрадиций.

4 Сформировать репрезентативный корпус текстов новостных статей и разработать методику их анализа на основе трехмерной модели критического дискурс-анализа Н. Фэркло.

5 Провести эмпирический анализ особенностей репрезентации события в англоязычной (The New York Times, CNN, The Guardian) и немецкоязычной (Berliner Zeitung, FOCUS) прессе.

6 Выполнить сравнительный анализ дискурсивных стратегий и стилистических средств, выявить универсальные и национально-специфические черты освещения выборов.

Методы исследования. В работе применялись преимущественно дескриптивные методы с элементами интерпретационного анализа: теоретические (анализ специальной литературы), эмпирические (анализ корпуса текстов, системный анализ результатов), количественные подсчёты. Основным методологическим инструментом стал критический дискурс-анализ по трехмерной модели Н. Фэркло (текстовая составляющая, дискурсивная практика, социальная практика).

Теоретико-методологической базой послужили труды Т. Г. Добросклонской, И. В. Анненковой, Е. А. Кожемякина, А. М. Олешковой, Н. Фэркло, Т. ван Дейка и других отечественных и зарубежных исследователей.

Материалами исследования стали 30 новостных статей из ведущих изданий (октябрь–ноябрь 2024 г.): The New York Times, CNN, The Guardian, Berliner Zeitung, FOCUS. Выбор периода обусловлен ключевыми этапами избирательной кампании и реакциями на итоги выборов.

Научная новизна исследования состоит в комплексном сопоставительном анализе лингвистической репрезентации конкретного актуального политического события на новом эмпирическом материале с применением модели Н. Фэркло. Работа акцентирует внимание на идентификации специфических стилистических особенностей, влияющих на восприятие информации в разных лингвокультурах.

Теоретическая значимость заключается в конкретизации теоретических положений о медиадискурсе английского и немецкого языков, а также в подтверждении связи медиатекстов с социальными процессами.

Практическая значимость определяется возможностью применения результатов в педагогической деятельности: при преподавании дисциплин «Медиалингвистика», «Стилистика», «Основы дискурс-анализа», «Интерпретация публицистического текста» и в рамках научно-исследовательской работы студентов.

Структура работы определена логикой исследования и включает введение, две главы, заключение, список использованных источников (80 наименований) и приложение с результатами количественного анализа.

Основное содержание. В первой главе «Теоретико-методологические основы исследования политического медиадискурса» рассмотрены ключевые понятия медиалингвистики. Медиадискурс трактуется как сложное, динамичное, полиструктурное образование, неразрывно связанное с социальными процессами и формирующее единую информационную среду. Подчеркивается, что в современных исследованиях наряду с термином

«медиадискурс» используются «дискурс СМИ», «медийный дискурс». Особое внимание уделено определению медиатекста как базовой единицы медиадискурса: он обладает поликодовостью, интертекстуальностью, фрагментарностью, актуальностью, полифункциональностью и технологической детерминированностью.

Анализируются лингвистические механизмы репрезентации и оценки. Оценка понимается как вербализованная позиция автора, реализуемая через эксплицитные (прямая оценочная лексика) и имплицитные (контекстуальные, стилистические) средства. Рассматриваются аксиологический, прагматический, когнитивный и лингвокультурологический подходы к категории оценки. Подчеркивается манипулятивный потенциал имплицитной оценки в политическом медиадискурсе.

Значительное место отведено национально-культурной специфике медиадискурса. Она проявляется на лингвистическом, дискурсивно-стратегическом и когнитивном уровнях через прецедентные феномены, метафоры и медиатопосы. Американский медиадискурс характеризуется эмоциональностью, разговорностью, активным использованием спортивных метафор. Британский - большей аналитичностью и сдержанностью. Немецкий - прагматизмом, аналитичностью, терминологической диффузией и сильной связью с внутренней политикой.

На основе тезиса о том, что медиадискурс неразрывно связан с событиями, происходящими в социуме, построен принцип изучения англо- и немецкоязычного медиапространств в настоящем исследовании. Социально-философский аспект играет важную роль в критическом дискурс-анализе с помощью модели Н. Фэркло, которая выбрана в качестве основной модели анализа текстов в настоящем исследовании. Этот вариант дискурс-анализа предполагает работу по трехмерной модели, разработанной Норманом Фэркло, предполагающей изучение дискурса в трех взаимосвязанных направлениях. При работе с этой моделью предполагается анализ текстовой составляющей, интерпретационного анализа дискурсивной практики, а также

анализ социальной значимости медиатекста. Данная модель часто упоминается в современных исследованиях наряду с наиболее распространенными подходами дискурс-анализа (социо-когнитивный подход, исторический дискурс-анализ, и др.).

К главному преимуществу этой модели относится возможность одновременного и многоаспектного исследования дискурса, поскольку модель, предложенная Н. Фэркло, содержит три основных направления изучения дискурса:

- 1) текстовая составляющая (речь, письмо, визуальный образ и их сочетания или комбинации);
- 2) дискурсивная практика (изучение процессов воспроизводства и потребления текста);
- 3) социальная практика.

Совокупность социальных практик образует социальный порядок, который может быть рассмотрен как на глобальном, так и на локальном уровнях (идеологии, системы воспитания, традиции, корпоративные ценности). Социальный порядок всегда исторически и топологически конкретизирован. Дискурсы, будучи аспектами этого порядка, формируются преимущественно через механизмы доминирования, оставаясь при этом открытыми системами, подверженными внешним воздействиям.

Методика Фэркло, интегрирующая лингвистические и экстралингвистические факторы, включает три последовательных этапа: описание, интерпретацию и объяснение. Отправной точкой служит анализ лингвистических характеристик текста. На следующем этапе исследование переходит к интерпретации дискурсивной практики - процессов производства, распространения и потребления текстов. Завершающим этапом выступает объяснение, в рамках которого выявляется связь дискурсивной практики с более широким социальным контекстом, включая отношения власти и идеологические эффекты.

Именно эта трехступенчатая модель, соединяющая микроанализ текста с макроанализом социальных структур, делает методологию Фэркло наиболее релевантным инструментом для изучения репрезентации политических событий в медиадискурсе в рамках настоящего исследования.

В исследовании рассматривается тезис о том, что медиадискурс представляет собой гетерогенное полиструктурное поле, в котором взаимодействие различных дискурсивных формаций порождает сложную динамику в публичной сфере. Для понимания механизмов их взаимовлияния и воздействия на общественные установки требуется учет не только их интенциональных и жанровых особенностей, но и их роли в конструировании информационной повестки, а также культурных и социальных идентичностей, что находит отражение во многих современных работах по лингвистике цифровых медиа.

Новостной медиадискурс находит свою реализацию в средствах массовой информации, находясь в зоне активного взаимодействия с дискурсами политическим, научным, развлекательным и иными. Исследователь акцентирует, что фундаментальным атрибутом данного типа дискурса выступает наличие в нём информации, обладающей статусом новости.

Такие аспекты, как интертекстуальность и использование гиперссылок, усиливают связность дискурсивного поля, в то время как национализация контента подчеркивает его идеологическую ангажированность.

Таким образом, новостной медиадискурс конституируется как сложная динамическая система, функционирующая в условиях высокой конкурентности и требующая от реципиента развитых навыков критической грамотности в условиях медиапространства, необходимых для постоянного анализа медиатекстов.

В современной лингвистике отсутствует консенсус относительно дефиниции медиатекста как ключевого объекта исследования. Данный феномен понимается как текст любого типа или жанра, функционирующий в

пространстве массовой коммуникации, что обуславливает наличие у него специфических свойств, детерминированных медийной средой.

анализ представленных научных позиций позволяет заключить, что медиатексты представляют собой многоуровневые структуры, для которых характерны множественные векторы развития (текстовый, гипертекстуальный, интертекстуальный и др.).

Важнейшим аспектом функционирования медиатекста является его способность аккумулировать новые смысловые и стилистические коннотации при помещении в медийную среду. Интегрируясь с экстралингвистическими компонентами (аудио- и видеоконтентом), текст преодолевает границы вербальной знаковой системы, трансформируясь в сложное семиотическое образование.

Синтезируя подходы различных лингвистов к изучению медиаречи, можно выделить комплекс дифференциальных признаков, характеризующих медиатекст как особый тип коммуникации. Данные параметры раскрывают его функциональные, структурные и прагматические особенности:

1. Социально детерминированный отбор информации - формирование содержания на основе репрезентаций адресанта о значимости и релевантности информации для массового потребителя.
2. Производный характер - большинство медиатекстов представляют собой результат селекции, адаптации или компрессии первичных источников.
3. Актуальность и кратковременность воздействия - информация характеризуется высокой скоростью диссеминации, но стремительной аксиологической девальвацией.
4. Фрагментарность и интертекстуальность - размытость композиционных границ, открытость смысла и интенсивное использование аллюзий и цитат.

5. Поликодовость - интеграция разнородных семиотических систем (вербальных, визуальных, аудиальных) в едином коммуникативном пространстве.
6. Технологическая детерминированность - зависимость способа репрезентации информации от специфики медиаканала.
7. Полифункциональность - одновременная реализация информирующей, персуазивной и манипулятивной функций.
8. Гетерогенность адресата - ориентация на разнородную, анонимную аудиторию с минимальными требованиями к языковой компетенции.
9. Опосредованная обратная связь - ограниченный или имитационный характер интеракции между продуцентом и реципиентом контента.

В первой главе были рассмотрены теоретико-методологические основы исследования политического медиадискурса. Установлен основополагающий тезис о том, что медиадискурс действительно представляет собой сложное, динамичное, полиструктурное образование, которое неразрывно связано с процессами, происходящими в обществе.

Также установлено, что особенности национального новостного дискурса играют важную роль в формировании информационной картины мира среди читателей. Выявлены ключевые подходы к определению медиалингвистики, медиадискурса и медиатекста, а также их типологические характеристики.

Особое внимание уделено лингвистическим механизмам репрезентации и оценки, включая эксплицитные и имплицитные формы оценочности как инструменты воздействия на массовое сознание. Проанализирована национально-культурная специфика медиадискурса, проявляющаяся на лингвистическом, дискурсивно-стратегическом и когнитивном уровнях через прецедентные явления, метафорические модели и медиатопосы.

Вторая глава «Эмпирический анализ лингвистической репрезентации выборов президента США 2024 г. в англо- и немецкоязычной прессе»

посвящена практическому исследованию. Корпус текстов сформирован по принципам стратифицированной репрезентативности и внутрисистемного контраста. Анализ проведён с опорой на трехмерную модель Н. Фэркло.

В англоязычных изданиях выявлены ярко выраженные стратегии персонализации и драматизации. The New York Times строит историко-рефлексивный нарратив, используя концептуальные метафоры спорта («photo finish», «spiking the football»), стихийных сил («red current», «battering ram») и исторические параллели. Издание фокусируется на институциональной преемственности, ошибках демократов и трансформации американского общества.

CNN акцентирует фактчекинг, криминальные метафоры и вопросы национальной безопасности. Статьи насыщены категоричной негативной оценкой заявлений Д. Трампа («false claims», «lying spree»), гиперболами и опорой на экспертные источники.

The Guardian отличается наибольшей эмоциональной насыщенностью (лидер по количеству тропов - 133). Издание активно использует антитезы («joy, fascism»), риторические вопросы («Did the fascist win?»), исторические параллели с фашизмом, вульгарные цитаты и яркую морально-оценочную рамку, конструируя выборы как экзистенциальную битву.

Немецкоязычные издания демонстрируют большую сдержанность и прагматизм. Berliner Zeitung занимает позицию критического внешнего наблюдателя: широко применяется Konjunktiv I для дистанцирования, риторические вопросы, ирония по отношению к немецким элитам и постоянная проекция американских событий на германскую политику («Was bedeutet das für uns?»). Особое внимание уделяется реакции «зелёных» и Анналены Бербок.

FOCUS характеризуется жанровым разнообразием, экспертным многоголосием, экономическим прагматизмом и использованием идиом («Kopf-an-Kopf-Rennen», «Zünglein an der Waage»). Издание часто обращается

к мнениям инвесторов и аналитиков, оценивая последствия выборов для рынков и внутренней политики Германии.

Сравнительный анализ показал наличие универсальных элементов: метафоры борьбы, трансформации («new era», «resurrection», «Endzeitstimmung», «neue Ära»), кризиса и плотной конкуренции («Schlammschlacht»). Национально-специфические различия проявляются в степени эмоциональности, фокусе внимания (персоналии или геополитические последствия) и способах интеграции события в национальный контекст. Количественный анализ (Приложение А) подтвердил лидерство The Guardian по эмоциональной насыщенности, а немецких изданий - по сдержанности и аналитичности.

На основе результатов анализа также можно сделать вывод о том, что немецкоязычные издания Berliner Zeitung и FOCUS более сдержанны и акцентируют внимание аудитории читателей с помощью риторических вопросов и беспристрастной трансляции мнений о выборах президента США 2024 года.

Полученные данные анализа подтверждают тезис о том, что использование классических стилистических средств дополняется национально-специфическими акцентами, отражающими интересы и проблемы целевой аудитории.

Заключение. Настоящее исследование, посвящённое особенностям репрезентации президентских выборов США 2024 года в англо- и немецкоязычной прессе, позволяет сделать ряд обобщающих выводов.

В первой главе была сформирована теоретико-методологическая база для дальнейшего анализа. С использованием трудов ведущих отечественных и зарубежных учёных (Т. Г. Добросклонской, Е. А. Кожемякина, Н. Фэрклоу, Т. ван Дейка и других), было показано, что медиадискурс представляет собой сложное, динамичное и многоуровневое явление, тесно вплетённое в социальные процессы. Особое внимание было уделено лингвистическим механизмам репрезентации и оценки, которые действуют как в открытой, так

и в скрытой форме и служат важнейшим инструментом воздействия на массовое общественное сознание.

Теоретический обзор существующих на данный момент времени трудов в области медиалингвистики позволил обосновать выбор трёхмерной модели критического дискурс-анализа Н. Фэркло как наиболее подходящего инструмента, который объединяет текстовый, дискурсивный и социальный уровни исследования.

Эмпирическая часть работы, основанная на детальном анализе 30 статей пяти авторитетных англо- и немецкоязычных изданий (The New York Times, CNN, The Guardian, Berliner Zeitung и FOCUS), не только подтвердила, но и конкретизировала теоретические положения в отношении дискурса английского и немецкого языков.

Независимо от государственной принадлежности СМИ, авторы активно опираются на образы борьбы, трансформации и кризиса. К числу универсальных для англо- и немецкоязычной прессы относятся метафоры новой эры, политического возрождения, а также напряжённой предвыборной борьбы.

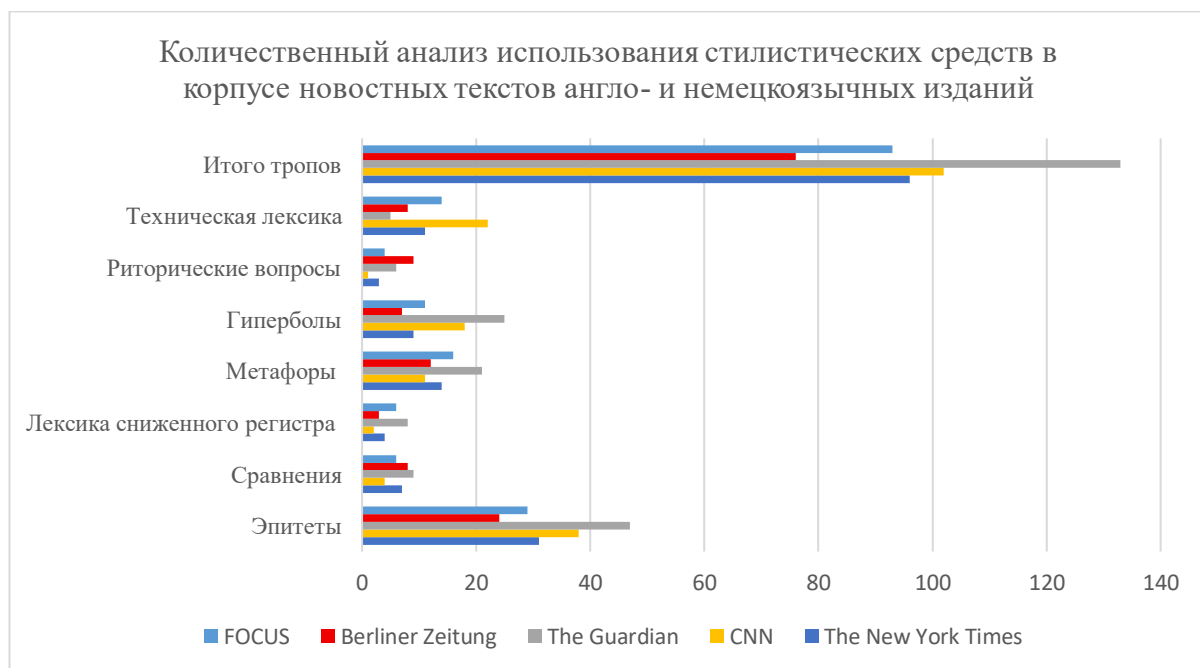


Рисунок 1 – Результаты количественного анализа использования тропов в статьях англо- и немецкоязычных новостных изданий

Американские издания (The New York Times и CNN) ориентированы прежде всего на внутреннего читателя, переживающего травму поражения, в то время как британское издание The Guardian адресует глобальной прогрессивной общественности и выстраивает яркую моральную драму, представляя выборы как экзистенциальную битву между демократией и фашизмом и активно используя весь арсенал эмоционально-оценочных средств для мобилизации читателей.

Немецкие издания (Berliner Zeitung и FOCUS) занимают позицию внешних, но заинтересованных наблюдателей, проецируя американские события на собственный политический контекст. Berliner Zeitung выступает как сдержанный и ироничный критик, адресуя выводы в первую очередь немецким политическим элитам, тогда как FOCUS реализует стратегию многоголосия и прагматичного экспертного анализа, опираясь преимущественно на экономические и практические аргументы.

Таким образом, исследование убедительно демонстрирует, что репрезентация президентских выборов США 2024 года в медиадискурсе Соединённых Штатов, Великобритании и Германии не является единообразной. Она варьируется в зависимости от национальных медиатрадиций, идеологических установок изданий и специфики целевой аудитории. Это также подтверждает корректность выбранного подхода для дискурс-анализа, в равной степени исследующую и социальную значимость новостных медиатекстов, и подчёркивает, что медиадискурс не просто отражает события, но активно участвует в их осмыслении и формировании общественного восприятия.