



## ГАЗЕТНЫЙ ДИСКУРС КАК ЧАСТЬ МАССОВО- КОММУНИКАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВА

Н.Д. Кочарова

магистрант

Узбекского государственного университета мировых языков

Ташкент, Узбекистан

[armik.noka@gmail.com](mailto:armik.noka@gmail.com)

**DOI:** <https://doi.org/10.5281/zenodo.18228946>

***Аннотация.** В статье анализируется газетный дискурс как важный элемент современного массово-коммуникативного пространства. Определяются его функции: информирование, интерпретация и формирование общественного мнения. Особое внимание уделяется жанровым и стилистическим особенностям газетных текстов, их прагматической направленности и роли в конструировании социальной реальности. Рассматриваются изменения газетного дискурса под влиянием цифровой медиасреды.*

***Ключевые слова:** газетный дискурс, массовая коммуникация, медиа, журналистика, жанры прессы, аргументация, цифровая среда.*

Современное массово-коммуникативное пространство формируется под влиянием активного развития средств массовой информации, выполняющих не только функцию информирования, но и задающих общественную повестку, интерпретирующих события и формирующих коллективное восприятие реальности. Одним из ключевых элементов этого пространства выступает газетный дискурс, который объединяет в себе особенности институционального, информационного и идеологического общения.

Как отмечает Т.Г. Добросклонская, медиадискурс представляет собой «совокупность речевых практик, функционирующих в пространстве массовой коммуникации и отражающих её социальные, культурные и идеологические параметры» [3]. Газетный дискурс, являясь разновидностью медиадискурса, обладает устойчивыми жанровыми характеристиками, прагматической направленностью и институциональной структурой.

По мнению А.А. Тертычного, газетный текст – это «фрагмент коммуникативного процесса, подчинённый законам массовой коммуникации и ориентированный на широкий круг адресатов» [9]. Он сочетает в себе информативную и оценочную функции, что позволяет не только передавать факты, но и формировать определённое отношение к ним.

Исследователи подчёркивают, что газетный дискурс представляет собой особый тип институционального общения, в котором реализуется взаимодействие автора, редакции и массового адресата [5]. Для него характерна жанрово-тематическая и функциональная многослойность: в одном издании



могут сосуществовать тексты новостного, аналитического и публицистического характера.

С точки зрения лингвистики, газетный дискурс отличается высокой степенью оценочности. Как пишет Н.Д. Арутюнова, «оценка всегда присутствует в высказывании, направляя восприятие и определяя смысловую перспективу текста» [1]. Это особенно заметно в публицистике, где журналистская позиция выражается через лексику с эмоциональной окраской, риторические вопросы, метафоры и антитезы.

Современная медиалингвистика обращает внимание на трансформацию газетного дискурса в цифровую эпоху. Т.Г. Добросклонская отмечает, что «процессы конвергенции средств массовой информации привели к интеграции текстовых, визуальных и аудиальных компонентов в едином коммуникативном пространстве» [2]. В результате традиционный печатный текст приобретает черты мультимодальности и интерактивности.

Газетный дискурс как часть массово-коммуникативного пространства можно рассматривать через анализ конкретных публикаций ведущих российских изданий, в которых отражаются основные функции журналистского текста – информирование, интерпретация и оценка.

Статья «*Бизнес и власть: в поисках баланса*» («Коммерсантъ», 18 июня 2025 г.) посвящена вопросам взаимодействия предпринимательского сектора и государства. Уже сам заголовок строится на метафоре – «поиск баланса», что задаёт рамку равновесия и диалога, а не конфронтации. В тексте преобладают конструкции с элементами официально-делового регистра: «разработка регуляторных механизмов», «поддержка инвестиционной активности», «госпрограмма стимулирования» [4].

При этом журналист добавляет оценочные фразы: «эксперты отмечают положительный тренд», «ожидается рост доверия». Таким образом, в тексте реализуется интерпретативная стратегия, когда автор, сохраняя видимость объективности, направляет восприятие читателя к умеренно оптимистическому восприятию. Это согласуется с концепцией А.А. Тертычного о трёхступенчатой структуре газетного сообщения – от информации к интерпретации и оценке [9].

В материале «*Мировые цены на продовольствие пошли вверх*» («Новая газета Европа», 16 июня 2024 г.) реализуется другая стратегия – тревожного информирования. Заголовок построен на глаголе движения «пошли вверх», создающем динамику и имплицитную негативную оценку. Далее в тексте используются статистические данные, ссылки на отчёты ФАО, но вместе с тем появляется экспрессивная лексика: «кризисная спираль», «растущие риски голода» [7].



Такое сочетание официальных фактов и эмоциональных оценок типично для газетного дискурса социально-экономической направленности, где автор стремится вызвать у читателя не только понимание ситуации, но и сочувственное участие. Здесь проявляется персуазивная функция – воздействие через рациональные и эмоциональные аргументы.

Публикация *«Россия укрепляет продовольственную безопасность»* («Российская газета», 12 мая 2024 г.) иллюстрирует институциональный тип газетного дискурса, ориентированный на позитивное представление государственных инициатив. Текст содержит конструкции с официальными терминами: *«стратегия продовольственной независимости»*, *«программа импортозамещения»*, *«развитие агропромышленного комплекса»* [8].

Оценочность выражается с помощью положительно маркированной лексики: *«успешно реализуется»*, *«значимый результат»*, *«рост показателей»*. Это пример оценочно-утверждающей стратегии, описанной Т.Г. Добросклонской [2]. Газета, представляя официальный источник информации, не просто информирует, но и формирует одобрительное отношение к государственной политике, что отражает идеологическую функцию газетного дискурса.

Вышеуказанные анализы газетных статей можно представить в виде таблицы.

Таблица 1.

### Сопоставление стратегий

Газета	Тип дискурса	Основная функция	Ключевые языковые маркеры
<i>Коммерсантъ</i>	Аналитический, институциональный	Интерпретативная	«поиск баланса», «положительный тренд», «ожидается рост»
<i>Новая газета Европа</i>	Социально-оценочный	Персуазивная	«кризисная спираль», «риски», «угроза»
<i>Российская газета</i>	Официально-институциональный	Оценочно-утверждающая	«укрепляет», «реализуется успешно», «значимый результат»

Таким образом, газетный дискурс реализует разные типы речевых стратегий – от нейтрально-информативной до идеологически окрашенной. В каждом случае выбор лексики и композиции отражает прагматические установки издания и формирует восприятие социальной реальности у массового адресата.

Проведённое исследование подтвердило, что газетный дискурс является неотъемлемой частью современного массово-коммуникативного пространства. Он объединяет в себе функции информирования, интерпретации и оценки, что



позволяет не только транслировать события, но и формировать общественное восприятие действительности.

Газетный дискурс в цифровую эпоху подвергается трансформации: усиливается мультимодальность, растёт интерактивность, происходит смешение жанров. Однако его ключевая функция – формирование смыслов, ценностей и общественного мнения – сохраняет актуальность. Газета остаётся не только источником информации, но и инструментом идеологического, когнитивного и культурного влияния.

### Литература

1. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
2. Добросклонская Т.Г. Медиадискурс: специфика и развитие в цифровую эпоху // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – № 1. – 2020. – С. 34-46.
3. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. – М.: Флинта; Наука, 2008. – 263 с
4. Коммерсантъ. Бизнес и власть: в поисках баланса. – 18 июня 2025 г. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7774894> (дата обращения: 11.11.2025).
5. Коньков В.И. Речевая структура газетных жанров: учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2004. – 168 с.
6. Клушина Н.И. Медиатекст как объект лингвистического анализа. – М.: Флинта, 2012. – 215 с.
7. Лагай Е.А. Обучение научной речи студентов-филологов как актуальная проблема современного вузовского образования.// Сборник материалов VII Московского международного культурно-образовательного форума по РКИ «Новые и традиционные аспекты в поликультурном пространстве преподавания РКИ: актуальные вопросы теории и практики». – М.: УЦРЯ МГУ, 2024. – 208 с. С.152-157.
8. Лагай Е.А. Формирование у студентов языковых вузов навыков работы с современным научным текстом// Сборник материалов Международной научной-конференции «Филология, лингвистика и лингводидактика: вопросы теории и практики». – Елец, 2022. – С.185-190
9. Новая газета Европа. Мировые цены на продовольствие пошли вверх. – 16 июня 2024 г. – URL: [https://www.ng.ru/economics/2024-06-16/1\\_9028\\_price.html](https://www.ng.ru/economics/2024-06-16/1_9028_price.html) (дата обращения: 11.11.2025).
10. Российская газета. Россия укрепляет продовольственную безопасность. – 12 мая 2024 г. – URL: <https://rg.ru> (дата обращения: 11.11.2025).
11. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: учебное пособие. – М.: Аспект-Пресс, 2018. – 320 с.
12. Чергинская И.А. Реализация коммуникативно-культурологической концепции при составлении рабочей тетради на усвоение условных конструкций учащимися 8 класса // Аксиология филологического образования в контексте подготовки педагога будущего: материалы II Междунар. науч.-практ. конф. – Минск: БГУ, 2023. – С. 476-480.
13. Яфасова Д.Х. Медиатекст как современное средство формирования и совершенствования речевой компетенции при изучении русского языка // Сборник материалов Международной научно-практической конференции «Русский язык: традиции и инновации в изучении и преподавании». – Ташкент, 2024. – С. 409-412.