

ностей экономического медийного дискурса автором отмечена необходимость формирования терминологического аппарата экономического медийного дискурса на основании специализированного словаря. Представлена разработка двуязычного словаря наиболее часто встречающихся эвфемизмов.

**Ключевые слова:** дискурс, экономический медийный дискурс, стилистические средства, двуязычный словарь.

В современных лингвистических исследованиях в связи с развитием СМИ и расширением объема виртуальной информации все большее внимание уделяется вопросу изучения медийного дискурса. По мнению М. Р. Желтухиной данный тип дискурса представляет собой связный текст, в устной или письменной форме, который выражается средствами массовой информации и рассматривается в совокупности с социокультурными, психологическими, прагматическими и другими факторами [3, 43].

Стоит отметить, что широкое освещение проблем экономики в мире и отдельных странах в средствах массовой информации обуславливает интерес к изучению экономического медийного дискурса, поэтому предметом нашего исследования является изучение особенностей и закономерностей его функционирования в англо- и русскоязычных средствах массовой информации.

Исследованию данного вопроса посвящены несколько работ как отечественных (С. В. Губик, Т. А. Киселева, Ю. И. Клименова), так и зарубежных (Э. Суса, И. Радич) лингвистов.

Ю. И. Клименова отмечает, что тексты экономического медийного дискурса могут выражаться в следующих жанрах:

1. тематические статьи, т. е. статьи проблемного характера, которые связаны с текущими событиями или посвящены устойчивым медийным темам;
2. новости, которые, прежде всего, выполняют функцию сообщения;
3. информационно-аналитические тексты, которые в отличие от новостей выражают мнение или оценку, т. е. имеют коммуникативную часть [5, 80].

Выделяются следующие функции экономического медийного дискурса: информативная, развлекательная, образовательная, рекламная и идеологическая функции экономического медийного дискурса [2, 11].

Информативная функция заключается в том, что статьи экономического медийного дискурса, прежде всего, предоставляют читателям информацию о событиях в мире экономики, состоянии экономики в отдельных странах, финансовых операциях на биржах, об изменениях курса валют, надежности тех или иных вкладов и др. В ходе развлекательной функции могут публиковаться интересные факты, необычные данные, курьезные явления и др. Образовательная функция данного дискурса состоит в распространении и внедрении экономических знаний, раскрытии сложных экономических понятий.

Рекламная функция может проявляться в различных рекомендациях

*Каримова А. А., Ахсанова З. И.  
(г. Казань, Россия)*

## ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются основные особенности и закономерности экономического медийного дискурса. Выделяются основные функции данного дискурса, обуславливающие его особенности. Представлен ряд жанров публицистических текстов, в которых может выражаться исследуемый дискурс. В ходе проведенного исследования стилистических особен-