

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт электронного обучения
Направление 45.03.02 «Лингвистика»
Кафедра ИЯСГТ ИСГТ

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема работы
ОСОБЕННОСТИ ЛЕКСИЧЕСКОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ НЕФТЕГАЗОВОЙ ТЕМАТИКИ В СОВРЕМЕННОМ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ САЙТОВ РОССИЙСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ)

УДК 811.161.1'42:004.738:622.32.012+811.111'42:004:822.32.012

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-12A21	Мительштет Юлия Андреевна		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент Кафедры РКИ ИСГТ	Филиппова Елена Михайловна	канд.филол. наук		

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
ИЯСГТ ИСГТ	Солодовникова О.В.	канд. философ.наук		

Томск – 2017 г.

Запланированные результаты обучения по ООП

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)
<i>Профессиональные компетенции</i>	
P1	Применять гуманитарные и естественнонаучные знания в процессе обеспечения межкультурной коммуникации
P2	Применять знания теории языка, теории перевода, теории межкультурной коммуникации в решении задач по обеспечению межкультурной коммуникации
P3	Осуществлять эффективную устную и письменную речевую коммуникацию на иностранном языке в ситуациях межъязыкового общения
P4	Выполнять функции языкового посредника в ситуациях официального и неофициального общения, учитывая специфику взаимодействия представителей различных культур
P5	Осуществлять подготовку мероприятий различного уровня с использованием нескольких рабочих языков
P6	Решать конкретные проблемы межкультурной коммуникации, влияющие на эффективность межкультурных и межъязыковых контактов
P7	Проводить комплексные исследования проблем межкультурной коммуникации, включая поиск необходимой информации, эксперимент, анализ и интерпретацию данных, представление результатов исследования
P8	Демонстрировать особые компетенции, связанные с уникальностью задач, объектов и видов профессиональной деятельности в области межкультурной коммуникации на предприятиях и в организациях – потенциальных работодателях, а также готовность следовать их корпоративной культуре
<i>Универсальные компетенции</i>	
P9	Эффективно работать индивидуально и в качестве члена команды при решении профессиональных задач, демонстрировать личную ответственность, готовность следовать профессиональной этике
P10	Демонстрировать знание правовых, социальных и экологических аспектов деятельности языкового посредника, осведомленность в вопросах охраны здоровья и безопасности жизнедеятельности
P11	Демонстрировать способность к самостоятельному обучению в течение всей жизни и непрерывному самосовершенствованию в профессиональной деятельности

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт электронного обучения
Направление подготовки (специальность) 45.03.02 «Лингвистика»
Кафедра ИЯСГТ ИСГТ

УТВЕРЖДАЮ:
Зав. кафедрой ИЯСГТ
_____ 01.03.2017 О.В.Солодовников
а
(Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ
на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

бакалаврской работы

Студенту:

Группа	ФИО
3-12A21	Мительштег Юлия Андреевна

Тема работы:

Особенности лексической репрезентации нефтегазовой тематики в современном интернет-дискурсе (на материале российских и американских энергетических компаний)	
Утверждена приказом директора (дата, номер)	от 28.02.2017 г. № 1413/с

Срок сдачи студентом выполненной работы:	1 июня 2017 г.
--	----------------

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

Исходные данные к работе	Режим работы: непрерывный Объект исследования лексика нефтегазовой сферы, представленная в интернет-дискурсе на сайтах российских и американских энергетических компаний: «Газпром», «РОСНЕФТЬ», «ЛУКОЙЛ», «ConocoPhillips», «ChevronCorporation», «ExxonMobilCorporation». Материал исследования: три сайта на русском языке и три сайта на английском языке. Методы исследования: метод непосредственного лингвистического наблюдения и описания; метод сплошной выборки; сопоставительный метод.
---------------------------------	--

Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов	Задачи исследования: изучить теоретические основы лингвистического описания интернет-дискурса и жанров сетевого общения; выявить лексику нефтегазовой тематики на сайтах нефтедобывающих компаний на русском и английском языках; описать способы лексической репрезентации нефтегазовой тематики в русском и английском языках; сопоставить способы лексической репрезентации нефтегазовой тематики на сайтах нефтедобывающих компаний на русском и английском языках
Перечень графического материала	
Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы	
Раздел	Консультант

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	01.03.2017 г.
---	---------------

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры РКИ ИСГТ	Филиппова Елена Михайловна	Кандидат филол. наук		01.03.2017

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-12A21	Мительштет Юлия Андреевна		01.03.2017

Реферат

Выпускная квалификационная работа 78 страниц, 55 источников, 1 таблица.

Ключевые слова: ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРС, КОМПЬЮТЕРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ, ЛЕКСИКА, ЛЕКСИЧЕСКАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ, ТЕМАТИКА.

Объект исследования – лексика нефтегазовой сферы.

Предмет – способы лексической репрезентации нефтегазовой тематики.

Цель работы – выявление способов лексической репрезентации нефтегазовой тематики на сайтах энергетических компаний.

Материал: корпоративные сайты энергетических компаний – «Газпром» «РОСНЕФТЬ», «ЛУКОЙЛ», «Exxon Mobil Corporation», «Conoco Phillips», «Chevron Corporation».

Методы исследования: метод лингвистического наблюдения, описательный метод, метод сплошной выборки, сопоставительный метод.

В результате исследования были описаны способы репрезентации нефтегазовой тематики на материале сайтов американских и российских энергетических компаний; выявлены сходства и различия лексического представления нефтегазовой тематики на сайтах российских и американских компаний.

Практическая значимость: результаты исследования можно использовать при чтении спецкурсов по лексикологии, при разработке курсов по межкультурной коммуникации, при переводе текстов нефтегазовой тематики. В качестве дополнительного материала исследуемая лексика может быть применена в практике преподавания английского языка как иностранного.

Перспективы исследования: изучение особенностей лексической репрезентации определенных тем в глобальной сети Интернет, является перспективным для дальнейшего изучения различных типов интернет-дискурса.

Abstract

Graduate qualification work 78 p., 55 sources, 1 table.

Key words: INTERNET-DISCOURSE, COMPUTER COMMUNICATION, LEXICO, LEXICAL REPRESENTATION, FIELD

The object of research is oil and gas vocabulary.

The subject of the research is ways of lexical representation of oil and gas subjects.

The target of the research is revealing the ways of lexical representation of the oil and gas industry theme on the websites of energy companies in Internet discourse.

The material of the research: corporate websites of energy companies – Gazprom, ROSNEFT, LUKOIL, Exxon Mobil Corporation, Conoco Phillips, Chevron Corporation.

The methods of the research: The method of linguistic observation, the descriptive method, the method of continuous sampling, the comparative method.

As a result of the research, the ways of the representation of oil and gas topics on the material of sites of American and Russian energy companies were described; similarities and differences in lexical representation of oil and gas topics on the websites of Russian and American companies were revealed.

Empirical context: the results may be used in reading special courses in lexicology, developing courses on intercultural communication. As an additional material the studied vocabulary may be applied in the practice of teaching English as a foreign language.

The prospects for research: the study of the features of lexical representation of certain topics in the global Internet, is promising for further study of various types of Internet discourse.

Оглавление

Введение.....	8
Глава 1 Теоретические основы изучения современного интернет-дискурса	12
1.1 Интернет-дискурс как объект изучения лингвистики	12
1.2 Своеобразие жанров интернет-дискурса.....	16
1.3 Специфика лексики интернет-дискурса.....	19
Глава 2 Способы лексической репрезентации нефтегазовой тематики в интернет-дискурсе.....	24
2.1 Способы выражения лексической репрезентации нефтегазовой тематики в русском языке.....	24
2.2 Способы выражения лексической репрезентации нефтегазовой тематики в английском языке.....	40
2.3 Сопоставительный анализ способов лексической репрезентации нефтегазовой тематики в русском и английском языках.....	57
Заключение.....	69
Список публикаций студента.....	71
Список использованной литературы.....	72

Введение

Современный научно-технический прогресс не стоит на месте, активно развиваясь и открывая удивительные возможности для человечества. Специалисты различных областей и ученые из разных областей науки и знания постоянно взаимодействуют друг с другом, обмениваясь важной информацией и новыми идеями.

Одной из ведущих современных промышленных отраслей во всем мире является нефтегазовая промышленность. Деятельность в этой сфере имеет влияние не только на экономическую, но также и на политическую ситуацию в мире. Несмотря на то, что эта отрасль имеет довольно длительное развитие и у нее уже сформировался понятийный и терминологический аппарат, непрерывное развитие нефтегазодобывающей и перерабатывающей сферы естественно порождает процесс возникновения новых понятий. Процесс постоянной интеграции и глобализации определяет то, что мир начинает нуждаться в профессиональных переводчиках и усовершенствованных переводческих программах.

В России стремление отечественных компаний перейти на более современные и эффективные технические разработки западных производителей приводит к появлению высокого спроса на переводы по нефтегазовой тематике. Необходимость регулярного взаимодействия со своими зарубежными коллегами и партнерами, основным инструментом которого явилась компьютерная коммуникация, определяет запрос на изучение особенностей компьютерного дискурса в данной сфере.

В последнее десятилетие в области информационных технологий происходят революционные изменения: Интернет явился основой для возникновения новой социокультурной среды, которая оказывает влияние на все аспекты общения интернет-пользователей. Сформировался особый вид дискурса – интернет-дискурс, характеризующийся глобальностью и интерактивностью, обладающий специфическими характерными чертами, отличающими его от других видов дискурса [1]. Регулярное появление новых

интернет-сервисов существенно влияет на коммуникационные возможности и, следовательно, на форму общения и речь общества.

Актуальность темы обусловлена, во-первых, интенсивным развитием интернет-коммуникаций, не просто оказывающим внешнее воздействие на все традиционные литературные и журналистские жанры и привычные процедуры общения, но ставшие во многом содержанием этого общения.

Во-вторых, необходимость изучения эквивалентности разноязычных лексем и особенностей формирования специальных слов, относящихся к нефтегазовой сфере, обусловлена стремительным ростом количества терминологических единиц в связи с интенсивным развитием нефтегазовой отрасли.

Объектом исследования является лексика нефтегазовой сферы, представленная в интернет-дискурсе на сайтах российских и американских энергетических компаний: «Газпром», «РОСНЕФТЬ», «ЛУКОЙЛ», «ConocoPhillips», «Chevron Corporation», «Exxon Mobil Corporation».

Предметом исследования являются способы лексической репрезентации нефтегазовой тематики на русско- и англоязычных сайтах нефтедобывающих компаний.

Целью данной работы является выявление способов лексического представления темы нефтегазовой отрасли на сайтах энергетических компаний в интернет-дискурсе.

Для реализации поставленной цели необходимо решение следующих *задач*:

- 1) Изучить теоретические основы лингвистического описания интернет-дискурса;
- 2) изучить жанры сетевого общения;
- 3) описать лексику нефтегазовой тематики на сайтах нефтедобывающих компаний на русском и английском языках;
- 4) выявить способы лексической репрезентации нефтегазовой тематики в русском и английском языках;

5) сопоставить способы лексической репрезентации нефтегазовой тематики на сайтах нефтедобывающих компаний на русском и английском языках

Материалом исследования послужили сайты компаний Газпром, РОСНЕФТЬ, ЛУКОЙЛ, Conoco Phillips, Exxon Mobil Corporation, Chevron Corporation.

Методы, примененные в ходе исследования:

- метод непосредственного лингвистического наблюдения и описания;
- метод сплошной выборки;
- сопоставительный метод.

Теоретической основой исследования послужили труды отечественных и зарубежных лингвистов в области исследования дискурсивных практик: В. И. Карасика [2], Н. Д. Арутюновой [3], Т. А. Ван Дейка [4], а также исследования отечественных ученых в области лексикологии: В.В. Виноградова [5], Н.М. Шанского [6].

В результате исследования был произведен анализ лексических и тематических групп слов нефтегазовой сферы на материале сайтов американских и российских энергетических компаний, а также выявлены их сходства и различия.

Степень внедрения / апробация работы: по тематике исследования опубликовано две научные статьи

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что изучение особенностей лексической репрезентации определенных тем в глобальной сети Интернет, является перспективным для дальнейшего изучения различных типов интернет-дискурса. Сопоставление способов лексической репрезентации на разных языках позволяет более точно описывать языковую картину мира, сформированную у носителей разных языков.

Практическая значимость заключается в том, что результаты можно будет использовать при чтении спецкурсов по лексикологии, при разработке курсов по межкультурной коммуникации. В качестве дополнительного материала исследуемая лексика может быть применена в практике преподавания английского как иностранного.

Структура дипломной работы: работа состоит из введения, теоретической главы, практической главы, заключения, списка использованной литературы.

Первая глава «Теоретические основы изучения современного интернет-дискурса» представляет собой изложение теоретических исследований в данной области. В главе были рассмотрены понятия дискурса и интернет-дискурса, выявлены особенности последнего, описаны существующие классификации жанров интернет-дискурса и особенности лексики интернет-дискурса.

Во второй главе «Способы лексической репрезентации нефтегазовой тематики в интернет-дискурсе» мы провели сравнительный анализ лексики российских и американских сайтов энергетических компаний, распределив ее по тематическим группам.

В заключении подведены итоги и представлены перспективы исследования.

Глава 1. Теоретические основы изучения современного интернет-дискурса

1.1 Интернет-дискурс как объект изучения лингвистики

Интернет-дискурс и его жанровые особенности находятся в центре исследований российских и зарубежных ученых на протяжении последних лет.

Во французской лингвистике изначально термин «дискурс» означал речь вообще и выступал синонимом термину «текст»; эти понятия рассматривались как тождественные [7]. Но с развитием теории коммуникации, социолингвистики, психолингвистики содержание этих понятий приобретает различный смысл. Первым разграничил понятия «текста» и «дискурса» Т.А. ван Дейк в своей работе «Стратегии понимания связного текста» см. [4, с. 153].

Согласно Т.А. ван Дейку, текст и дискурс не противопоставляются друг другу – их отношения характеризуются причинно-следственной связью: текст является результатом дискурса. Текст возникает по ходу осуществления определенного процесса, но изучается в своем завершенном виде [8]. Исследование дискурса же осуществляется в определенном режиме и времени. Во всяком случае, дискурсивный анализ предполагает восстановление этого процесса, даже если изучается его результат – текст [9].

В своем исследовании ван Дейк так же отмечает некоторые общие свойства у этих двух понятий. Например, «пользователями» и текста, и дискурса являются автор и читатель, не всегда непосредственно контактирующие друг с другом [10].

Н.Д. Арутюнова рассматривает дискурс как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами», как «речь, погруженную в жизнь» [3, с. 136-137]. Дискурс – это явление, исследуемое в режиме текущего времени, то есть по мере его появления и развития, и при

его анализе необходимо учитывать все социальные, культурологические и прагматические факторы [11].

В.И. Карасик понимает под дискурсом «текст, погруженный в ситуацию общения», допускающий «множество измерений» и взаимодополняющих подходов в изучении, в том числе прагмалингвистический, психолингвистический, структурно-лингвистический, лингвокультурный, социолингвистический [2, с. 5].

Появление Интернета стало переломным моментом в истории коммуникации и явилось естественным шагом в условиях человеческой потребности в общении. В результате возникает новое явление: интернет-дискурс – сложная текстовая структура, определённая специфической ситуацией вступления в языковой контакт посредством компьютера в сети Интернет как пользователей друг с другом, так и пользователей с текстами и сообщениями любого типа, представленными в дискурсивном интернет-пространстве [12].

Интернет-дискурс имеет две модели взаимодействия. Первая модель представлена коммуникацией между людьми-пользователями Интернета. Другая модель более обширная и представляет коммуникативные отношения между пользователем и дискурсивным пространством Интернет, организованным посредством языка и по правилам, диктуемым технологиями Интернета [13].

Интернет-дискурс наряду с другими типами дискурса (бытовым, прямым и опосредованным бытийным, персональным, институциональным, научным) обнаруживает ряд черт [14], характерных для дискурса, как формы языкового существования в целом.

А. Г. Аврамова отождествляет понятие электронного дискурса не с интернет-дискурсом вообще, а лишь с одной из его услуг – чатом, которую автор называет жанром [15].

Ф. О. Смирнов выделяет такие особенности компьютерного интернет-дискурса, как:

- анонимность коммуникации,
- замещённый характер общения,
- добровольность и желательность контактов,
- высокая эмоциональная насыщенность,
склонность к девиантному поведению [16].

В свою очередь Е.Н. Галичкина определяет следующие признаки интернет-дискурса:

- 1) электронный сигнал как канал общения;
- 2) виртуальность, т.е. «общение с неопределённым коллективом, с неизвестными собеседниками»;
- 3) дистантность, т.е. «разделенность в пространстве и во времени и одновременная синхронность»;
- 4) опосредованность, так как общение осуществляется с помощью технического средства;
- 5) высокая степень проницаемости, так как участником компьютерного общения может оказаться любой человек;
- 6) наличие гипертекста;
- 7) креолизованность (жанровое смешение) компьютерных текстов;
- 8) по преимуществу статусное равноправие участников;
- 9) передача эмоций, мимики, чувств с помощью «смайликов»;
- 10) комбинация различных типов дискурса;
- 11) специфическая компьютерная этика [17].

Компьютерный интернет-дискурс – это многосторонний дискурс. Поисковые системы, платёжные системы, интернет-реклама и другие услуги Интернета являются контентом (*контент – информационное содержание сайта (тексты, графическая, звуковая информация и др.)*), а также книги, газеты, сборника статей, материалов и др. [18]) интернет-пространства и участвуют косвенно в интернет-дискурсе. Пространство Интернет даёт большое количество возможностей своим пользователям осуществлять

многие виды деятельности [19]. На данный момент дискурсивное пространство Интернет делится на следующие сферы:

1. Основные услуги:

- а) *всемирная паутина* (пассивная форма: веб-сайт, интернет-документ; активная форма: гостевая книга, форум, чат, блог, социальная сеть, вики-проект, интернет-магазин, интернет-аукцион, системы управления контентом);
- б) *электронная почта* (электронное письмо, почтовая рассылка), поисковые системы, системы мгновенного обмена сообщениями, IRC, игровые миры и игры онлайн, группы новостей.

Основные услуги – самостоятельные услуги интернет-пространства, которыми можно воспользоваться непосредственно, без помощи других услуг. То есть основные услуги – это такие сферы интернет-пространства, которые не обслуживают другие сферы.

2. Дополнительные услуги:

- а) *файлообменные сети*;
- б) *платёжные системы*;
- в) *интернет-реклама* (доски объявлений, медийная реклама, контекстная реклама).

Дополнительными услугами мы называем такие услуги, которые недоступны пользователю непосредственно, они обслуживают основные сферы Интернета и могут быть использованы только после того, как в этом возникла необходимость при использовании основных услуг.

3. Услуги, использующие дополнительные технологии:

- а) *интернет-телефония*;
- б) *интернет-радио*;
- в) *интернет-телевидение*.

Изначально эти услуги не принадлежат разработкам Интернета, они заимствованы и поэтому не обладают такой оригинальностью, как услуги, перечисленные выше [20]: основные и дополнительные. Данные услуги также необходимо учитывать при рассмотрении разнообразия возможностей, которые предоставляет пользователю дискурсивное пространство Интернета.

1.2 Своеобразие жанров интернет-дискурса

В интернет-дискурсе сформировались собственные жанры, которые существенно влияют на коммуникационные возможности и, следовательно, на форму общения и речь [21].

Рассматривая когнитивную природу и функции жанра, можно сделать вывод, что «жанры концептуализируются при соотнесённости с особыми видами ментальных схем – структурно и функционально целостных устойчивых комплексов, хранящихся в долговременной памяти, знание которых обеспечивает активизацию соответствующих схем действий, т.е. позволяет интерпретировать ситуацию и поведение других людей» [22, с. 167-170], а также выстраивать своё собственное поведение так, чтобы быть правильно понятым другими.

Таким образом, если пользователь ставит для себя целью найти в Интернете и прочитать статью на заданную тему, речевыми формулировками можно определить его потребности следующим способом: «найти», «выбрать», «скачать», «прочитать», «узнать» и т. п. Определённая последовательность таких формулировок составляет стратегию поведения пользователя, которая осуществляется посредством тактик [23, с. 68-74].

В соответствии с целями и функциями интернет-дискурса, а также стратегиями и технологиями речевого поведения, формируемыми им, все его сферы можно разделить на жанры:

1. *Информационный жанр* (веб-сайт, интернет-документ, вики-проект, поисковая система и др.), формирующий у пользователя технологии и стратегии получения информации разного характера (познавательной,

развлекательной и т.д.). Информационный жанр имеет такую особенность, которая заключается в том, что для получения информации пользователь вступает в языковой контакт не с себе подобным, а с информационным пространством Интернет, что осуществляется посредством компьютера.

2. *Коммуникативный жанр* (электронное письмо, системы мгновенного обмена сообщениями, социальные сети), ответственный за стратегии обмена информацией и опытом, а также за стратегии «создания консенсуальной области взаимодействия организмов». Коммуникативный жанр компьютерного интернет-дискурса выполняет множество социальных, социально-психологических и индивидуально-психологических функций, именно поэтому этот жанр является одной из важнейших причин обращения и вживания человека в глобальное пространство Интернет. Особенностью этого жанра является также его наполненность и разнообразие составляющих его услуг. Именно в рамках этого жанра можно говорить о разделении услуг по степени направленности коммуникации и степени интерактивности.
3. *Развивающе-развлекательный жанр* (игровые миры и игры онлайн), на первый план которого выходит развивающая или развлекательная функция, осуществление которой может производиться практически без речевого взаимодействия участников игры друг с другом. Поэтому стратегии и технологии речевого поведения участников игры друг с другом или с игрой видятся очень ограниченными, хотя, несомненно, существуют.
4. *Замещающий жанр* (интернет-магазин, платёжные системы и др.). Этот жанр можно назвать сервисным, так как он предполагает технологические способы выполнения определённых речевых операций для использования тех или иных сервисов, услуг.

Деление услуг Интернета на жанры условно, и необходимо оно для того, чтобы определять основные потребности пользователей и более

полноценного анализа стратегий и технологий их речевого поведения в интернет-пространстве [24].

Основной особенностью всех жанров сети Интернет является их синтез – тесное переплетение, стремление к удовлетворению как можно большего числа потребностей пользователя в рамках «одного окна». То есть пользователь, который нашёл в Интернете статью на определённую тему или ссылку на неё, имеет при этом возможность из того же окна перейти на форум и ознакомиться с сообщениями на заданную тему, оставить своё сообщение, заказать и оплатить книгу по той же теме и т. д [25].

Интернет притягивает внимание многих исследователей тем, что он представляет собой множество областей общения, не связанных между собой и функционирующих автономно. В результате язык Интернета по своей природе разнороден, что приводит и к разнородности жанров, используемых в различных формах интернет-общения [26].

К выявлению жанров сетевого общения справедливо определение Бахтина, применимое к речевым жанрам, как к «устойчивым, закреплённым бытием и обстоятельствами формам жизненного общения» [27].

По мнению Л.Ю. Иванова, все сетевые жанры можно подразделить на три различных группы:

- 1) исконно сетевые жанры;
- 2) традиционные, адаптированные в сети и представленные в изменённой форме;
- 3) жанры других функциональных разновидностей языка, действующих в сети без видимых изменений.

К первой группе жанров относятся научные, публицистические тексты, произведения художественной литературы и т.д., особенность которых заключается в том, что они бытуют в сети в своей неизменной форме, без каких-либо трансформаций и ничем не отличаются от аналогичных жанров письменной речи [28].

Ко второй группе принадлежат жанры печатных СМИ. Примечательно, что сетевые жанры могут формироваться под влиянием условий интернет-общения (чаты, опросы, анкеты, дискуссионные группы и т. д.). Следовательно, интернет-дискурс обслуживает целый спектр коммуникативных целей, некоторые из которых могут быть достигнуты только в рамках языка электронных средств коммуникации.

Ф. О. Смирнов выделяет следующие жанры компьютерного интернет-дискурса:

- а) жанры высокой степени интерактивности – чат;
- б) жанры средней степени интерактивности – форумы, конференции, блоги;
- в) жанры низкой степени интерактивности – электронная почта [16].

Своеобразие языкового облика сетевых заимствованных жанров проявляется в том, что они написаны в соответствии с требованиями, предъявляемыми литературной нормой к текстам письменных разновидностей.

1.3 Специфика лексики интернет-дискурса

Не все сферы интернет-пространства могут быть соотнесены с жанровыми классификациями. Всё поведение пользователя Интернета, прежде всего речевое, вербальное, позволяющее, передавать ему необходимую информацию, но усиливает передачу или восприятие экстралингвистические элементы в виде графических изображений, аудио- или видеоматериалов.

Таким образом, успешность, результативность и удовлетворённость от пользования сетью Интернет в большой степени зависит, с одной стороны, от степени чёткости речевой формулировки своих потребностей и определения стратегий и тактик своего поведению. С другой стороны, от чёткости представления возможностей той или иной сферы Интернета.

В языке отмечается формирование особой лексической подсистемы с собственными языковыми особенностями и специфическими социокультурными характеристиками. Лексические свойства интернет-дискурса обладают максимально яркой индивидуальностью, которая выражается как в наборе лексических единиц, так и в их корреляции и функционировании. Набор средств создает «эффект присутствия» [29, с. 23-50], «коммуникативной близости» [30, с. 51-85] имитируется постоянная готовность к коммуникации.

Дискурсивное интернет-пространство представляет собой совокупность текстов и сообщений, представленных в нём. При «живых» выступлениях ораторы, помимо вербальных средств воздействия на аудиторию, используют целый спектр невербальных приемов: интонации (вопросительная, интригующая, пафосная и пр.), мимику, жесты, паузы. Интернет-пространство лишает участников дискурса пользоваться этими средствами [31].

Термин «компьютерная интернет-коммуникация» находит своё применение при описании объективно существующих процессов связи посредством компьютера как социальных явлений, включающих вербальные и невербальные средства.

Интернет стал неотъемлемой частью современной цивилизации. Появление этого нового феномена в жизни человечества обусловило необходимость изучения системы «язык и Интернет» [32].

Особый интерес у лингвистов вызывают разговорные сетевые жанры, поскольку именно в них отражается все своеобразие языка Интернета. Многими исследователями, такими как Л. Ф. Компанцевой [33], Д. Р. Валиахметовой [34], Л. Ю. Ивановым [28] и др. отмечается, что «языковые средства отличаются определенными лексическими и грамматическими характеристиками, пусть не всегда уникальными (наблюдается сходство, например, с некоторыми языковыми характеристиками публицистического

стиля), но достаточно четко дифференцированными, и образующими единый прагматический комплекс»[35].

Традиционные функции языка справедливы и для языка глобальной сети. Важнейшей является коммуникативная функция. Кроме того, выделяют когнитивную, тезаурусную, культуuroобразующую и эстетическую [36].

Виртуальный дискурс обладает рядом неязыковых, знаковых средств, которые наряду с вербальной составляющей способны оказывать речевое воздействие. К экстралингвистическим компонентам интернет-дискурса относятся графические изображения, пиктограммы, виджеты, аудио- и видеофайлы. Виртуальность действительно является одной из основных характеристик интернет-дискурса [26].

Так, для языка Интернета характерно:

- наличие специальных пиктограмм, заменяющих невербальные средства общения; к ним относятся, прежде всего, смайлики, передающие различные чувства говорящего в виде тех или иных забавных рожиц, заглавных букв, символизирующих повышение голоса и др.;
- наличие нейтральных средств литературного языка;
- использование нелитературных средств языка, что сближает его с языком публицистики;
- широкое распространение сокращений;
- образование неологизмов по продуктивным словообразовательным моделям (аффиксация, усечение, универбация, калькирование, прямое заимствование без изменений);
- появление новых слов под влиянием технического (компьютерного) жаргона;
- наличие ономастической лексики с повышенной экспрессией;
- активное использование форм императива 1 лица единственного числа вместо формы вежливости во втором лице множественного числа;

- тяготение к аграмматизму (отклонению от синтаксических и пунктуационных норм литературного языка);
эмоциональный синтаксис [26].

Язык Интернета в стилистическом плане очень неоднороден и представляет собой смешение различных функциональных стилей (публицистического, разговорного, художественного, официально-делового). Интернет-язык невозможно вместить в рамки одного из функциональных стилей, поскольку он представляет собой гибридный продукт этих взаимосвязей. Полистилизм является одним из его основных признаков [37].

Вполне справедливо предполагать, что в дальнейшем можно будет говорить о новом функциональном стиле – интернет-стиле, который сформируется на основе креолизации вышеназванных стилей под действием своих специфических факторов (временная отсроченность, безличностное общение и пр.) [38].

Уже сегодня мы можем наблюдать, что интернет-пространство не только смешивает функциональные стили, но и различные пласты лексики: нейтральную, нормативную, ненормативную. Лексические единицы разных групп могут не только встречаться в одном тексте, но и соединяться самым вольным и неожиданным образом.

Весь интернет-контент можно представить в виде одного непрерывного виртуального диалога. Размещение множества монологических текстов подразумевает, в конечном итоге какой-то отклик. Сами монологические тексты являются живыми, непосредственными откликами на те или иные сообщения и стимулами для последующих.

Интернет как среда и как инструмент предназначен для массового человеческого общения. Это общение может быть продлено во времени, могут быть неизвестны миллионы «собеседников», но именно для всех пользователей интернет-пространства и предназначается весь контент, содержащийся в нем. Как только человек входит во всемирную сеть, он тут

же становится участником всемирного диалога, точнее сказать, полилога [39].

Выводы по первой главе

Таким образом, мы делаем вывод, что пользователь практически никогда не имеет дело только с одной услугой Интернета или даже только с одним жанром. Он становится участником всего многогранного и сложного дискурсивного пространства Интернет. Именно это, на наш взгляд, необходимо учитывать при рассмотрении любого отдельного жанра компьютерного Интернет-дискурса или конкретной услуги Интернета.

Компьютерный интернет-дискурс чётко дифференцируется от дискурса виртуального и электронного, а также характеризуется спецификой жанров, которые формируют технологические и стратегические способы речевого поведения пользователя в сети. Интернет-дискурс относится к коммуникативной группе сетевых жанров. Как и любая коммуникация, она должна содержать цель речевого взаимодействия, участников коммуникационного пространства, средства реализации коммуникативных задач.

Виртуальная реальность также диктует, помимо жанрового своеобразия, специфический, обусловленный особенностями интернет-пространства, набор языковых средств: лексических, грамматических, который бы наиболее полно и точно реализовывал поставленные коммуникативные цели.

Глава 2 Способы лексической репрезентации нефтегазовой тематики в интернет-дискурсе

2.1 Способы выражения лексической репрезентации нефтегазовой тематики на материале сайтов российских энергетических компаний

Одной из основных структурных единиц языка является слово. Словами обозначаются определенные предметы и понятия, называются различные явления и категории, выражаются человеческие эмоции и потребности [40]. Таким образом, слово является главной значимой единицей языка, благодаря которой при помощи грамматических правил и законов образуются предложения, а затем и сам текст как структурно-коммуникативное целое[41].

Для слова характерен целый ряд свойств, таких как семантическая и фонетическая оформленность, номинативная функция, воспроизводимость, синтаксическая самостоятельность, цельнооформленность, информативность[40].

В данной работе, основным объектом изучения будет номинативное функция слова, которая реализуется в назывании / номинации явление реальной действительности через комплекс фонетических или графических средств. В свою очередь лексическое значение раскрывает признаки, с помощью которых выявляются общие свойства слова для ряда предметов, действий и явлений, а также определяются различия, выделяющие конкретный предмет, действие и явление [40].

Значение имеют не все слова, тем самым разделяясь на две категории: служебную и знаменательную. Служебные слова выполняют функцию связи слов между собой, в то время как знаменательные обозначают некоторое понятие. Важно отметить, что слово может иметь как одно лексическое значение (*однозначные слова*), так и два, три и более лексических значения (*многозначные слова*) [42].

В настоящей работе проведено исследование способов лексической репрезентации нефтегазовой тематики в русском и английском языках на

материале сайтов российских и американских энергетических корпораций: «Газпром», «РОСНЕФТЬ», «ЛУКОЙЛ», «Exxon Mobil Corporation», «Conoco Phillips», «Chevron Corporation». Говоря о репрезентации, мы имеем в виду представление одного объекта посредством другого, т. е. выбор и использование определенных языковых средств, которые, по мнению отправителя сообщения, должны активизировать это понятие в сознании получателя сообщения [43].

В современном мире нефтяные ресурсы и газ играют важную роль в экономике, промышленности, а также в жизни человека. В процессе переработки нефти человечество получает более двух тысяч самых разнообразных продуктов: бензин, одежду, бытовую химию, целлофан, краску для книг и др. Нефтяные продукты широко используются в строительстве, медицине и косметологии. В свою очередь природный газ является ценнейшим энергоресурсом, экологически чистым видом топлива.

Нефтегазовая промышленность в России является ведущей отраслью российской промышленности, включающей добычу, переработку, транспортировку и сбыт нефти, производство, транспортировку и сбыт нефтепродуктов, а также добычу и разведку природного газа, газоснабжение по газопроводам, производство искусственного газа из угля и сланцев, переработку газа, использование его в различных отраслях промышленности и коммунально-бытовом хозяйстве [44].

В связи с ростом промышленного производства добыча нефти и газа с каждым годом возрастает, создавая основу для изобретения новейших изделий из этого природного материала и открывая новые возможности использования этих природных ресурсов, а также объединяя специалистов всего земного шара. Усиливается и роль межкультурной коммуникации, существенным инструментом которой стал Интернет – всемирная сеть для хранения и передачи информации [45]. В связи с этим изучение лексики нефтегазовой сферы в интернет-дискурсе становится наиболее актуальным.

Анализ способов лексической репрезентации нефтегазовой тематики на русскоязычных и англоязычных сайтах энергетических компаний необходимо начать с описания навигации сайтов. Это определяется тем, что в навигации, представленной на главных страницах, отражаются сферы интересов компаний и особенности их представления своей деятельности в процессе коммуникации с аудиторией, проявляющей заинтересованность в этой области: коллеги, соискатели, партнеры, инвесторы и др.

Изучение навигации официальных сайтов позволило сделать предположение о том, что основное значение главной страницы сайта заключается в представлении ключевых особенностей деятельности, а также преимуществ компании перед ее конкурентами. В связи с этим на главной странице отображаются наиболее существенные вопросы, задачи, а также результаты деятельности компаний. В большинстве случаев, пользователь видит именно эту информацию при посещении сайта.

Рассмотрим способы лексической репрезентации на примере сайта российской энергетической корпорации «Газпром». Главная страница веб-сайта содержит в себе основную текстовую информацию, заключающуюся в кратко изложенном сообщении.

В топ-панели – верхней строке – главной страницы сайта «Газпром» мы видим логотип компании, языковую панель, ссылку на все сайты «Газпрома». Навигация сайта включает рубрики: «О «Газпроме», «Акционерам и инвесторам», «Пресс-центр», «Охрана природы», «Социальная ответственность», «Карьера», «Контактная информация», «Реализация активов», «Закупки».

Рубрика «О «Газпроме» содержит в себе подрубрики: «Органы управления и контроля», «Производство», «Маркетинг», «Стратегия», «Дочерние компании», «История», «Правовая информация», «Третейский суд» на фоне виджета с фоторядом, отображающим масштаб компании. При помощи данных подрубрик адресат, которому предназначена информация,

получает представление о «Газпроме», истории его развития, его деятельности, целях и значимости.

Следующая рубрика «Акционерам и инвесторам» включает подрубрики: «Устав и внутренние документы ПАО «Газпром», «Корпоративное управление», «Собрание акционеров», «Акции», «Дивиденды», «Отношения с кредиторами», «Раскрытие информации», «Финансовый календарь», «Презентации», «Часто задаваемые вопросы акционеров», «Аналитики», «Контактная информация», «Глоссарий и коэффициенты пересчета». Данная рубрика несет в себе информацию, заключающаяся в финансовых отчетах и экономической политике, таким образом, позиционируя компанию как серьезного и достойного конкурента на мировом рынке.

В рубрике «Пресс-центр» располагаются подрубрики: «События», «Медиатека», «Журналы», «Пресс-служба». Также на странице «Пресс-центра» изображены интерактивные виджеты, включающие ссылку на ту или иную статью, и множество выделенных хэштегов: «#Восточная_программа», «#Газификация», «#Газомоторное_топливо», «#Китай», «#Собрание_акционеров» и др., – заключающих в себе наиболее важные значения возможностью перехода на статью, отображающую конкретную тему. В этой рубрике репрезентация темы реализуется через названия проектов и заключается в возможности «адресата» получить информацию о проектах компании, участии значимых представителей компании в мероприятиях и подписании важных документов, дополнительной информации о добыче газа и результатами достигнутого успеха.

Важное место в репрезентации темы нефти и газа для «Газпрома» является тема экологии. С экологической политикой компании и экологическим контролем, осуществляемым в компании, целевая аудитория может ознакомиться в рубрике «Система экологического менеджмента», которая репрезентируется подрубриками: «Воздействие на окружающую среду», «Энергосбережение», «Отчеты», «Рейтинги», «Неправительственный

экологический фонд имени В. И. Вернадского». Благодаря этой рубрике, компания показывает свою заинтересованность в заботе и сохранении окружающей среды, участвуя в различных экологических проектах и благотворительных акциях.

Являясь крупнейшей корпорацией с многомиллиардным доходом на российском рынке, «Газпром» ежегодно оказывает поддержку множеству социальных проектов, тем самым оказывая помощь в развитии культуры, науки, образования, спорта. Более подробную информацию «адресат» может получить, перейдя в рубрику «Социальная ответственность», и затем ознакомившись с различными общественными мероприятиями, представленных в подрубриках: «Поддержка культуры и искусства», «Поддержка спорта», «Поддержка социально-незащищенных слоев населения», «Поддержка экологических проектов», «Ветераны ПАО «Газпром», «Профсоюз».

Для любой успешной корпорации одной из главных составляющих являются высококвалифицированные сотрудники. И компания «Газпром» не стала исключением, разместив всю интересующую информацию для будущих специалистов в рубрике «Карьера в «Газпроме», и разделив ее на подрубрики: «Кадровая политика», «Структура персонала», «Образование», «Профессиональные стандарты», «Наши люди». Таким образом, компания предоставляет широкие возможности для раскрытия собственного потенциала и карьерного роста своей команды.

Следующая рубрика «Реализация активов» представляется посетителю сайта подрубриками «Продажа непрофильных активов», «Невостребованные МТР», «Перечень организаций-оценщиков». В данном разделе адресат может ознакомиться с информацией о торгах по продаже непрофильных активов компании, о предложениях о продаже материально-технических ресурсов, а также о представлении перечня импортной продукции.

Рубрика «Закупки» репрезентируется множеством подрубрик, таких как «Предквалификация», «Объявленные закупки», «Закупки в работе»,

«Результаты закупок», «Объявленные запросы цен», «Закупки малого объема», «Субъектам малого и среднего предпринимательства», «Импортозамещение», «Закупки по импорту», «Обратная связь». В данном разделе получатель информации имеет возможность ознакомиться с торговыми отношениями компании, а также узнает о программе партнерства с предпринимателями малого и среднего бизнеса.

В завершающей рубрике «Контактная информация», которая указана на странице при переходе в раздел, содержится единственная подрубрика «Контактная информация дочерних компаний и представительств», что позиционирует компанию как крупнейшего глобального гиганта в своей области со множеством предприятий по всему миру.

Следующей составляющей сайта являются блок-ссылки, обращающие внимание посетителя сайта на актуальные новости и цели компании, например, такие как: «Производство», «Маркетинг», «Проект», «Мегапроект». Каждый блок несет в себе ряд информации, которая содержится в их рубриках.

Так, блок-ссылка «Производство» включает в себе разделы: «Запасы газа и нефти», «Добыча газа и нефти», «Транспортировка», «Подземное хранение газа», «Переработка газа и нефти», «Энергетика», «Газификация», «Газомоторное топливо», «Проекты», «Производственная безопасность». Таким образом, страница несет в себе информацию адресату о деятельности компании, ее программах и объемах добычи газа и нефти.

Ссылка «Маркетинг» делится со своей аудиторией информацией об обеспечении потребителей природным газом не только на внутреннем рынке, но и за его пределами, представляя это рубриками «Россия», «Страны БСС», «Европа», «СПГ».

О проектах и экспансии компании можно узнать при переходе на ссылку «Проекты», заключающей в себе разделы: «Месторождения», «Газопроводы», «Мегапроект «Ямал», «Восточная газовая программа», «СПГ-проекты», «Амурский газоперерабатывающий завод». Особенным

блоком выделен раздел «Мегапроект «Ямал», на странице которого располагается видеоролик о крупнейшем проекте компании и текстовая информация, повествующая о перспективах этого проекта в развитии газовой отрасли России.

Новостной блок «События» репрезентирует основные и ключевые события из жизни компании, оформленные как в виде отдельных статей, так содержащиеся в следующих разделах: «Колонка Алексея Миллера», «Пресс-конференции», «Фоторепортажи», «Форумы и выставки». В новостном блоке также расположены ссылки на социальные сети (Фейсбук, Твиттер, Инстаграм, Ютуб).

В отличие от лаконичной и сдержанной организации сайта «Газпрома», главная страница веб-сайта компании «Роснефть» отличается обилием разнообразной информации.

В топ-панели главной страницы сайта располагаются: логотип компании, включающий слоган: «На благо России»; строка с телефонами горячей линии («Горячая линия для акционеров», «Горячая линия по вопросам нефтепродуктообеспечения», «Горячая линия безопасности ПАО «НК «РОСНЕФТЬ»»), со ссылками на контактные данные «Контакты» и информацию о вакансиях в компании «Карьера в Компании»; языковая панель, «Карта сайта», ссылки на социальные сети (Твиттер, Вконтакте, Фейсбук, Инстаграм). Навигационная строка состоит из рубрик: «О компании», «Корпоративное управление», «Бизнес», «Инвесторам и акционерам», «Пресс-центр», «Устойчивое развитие».

Рубрика «О компании» содержит в себе подрубрики: «Роснефть» сегодня», «История Компании», «Перспективы развития и стратегия», «Карьера в компании», «Прочая деятельность», «Контакты». Таким образом, пользователь получает представление о деятельности «РОСНЕФТИ», истории ее становления, расширении своей ресурсной базы; также узнает контактные данные и возможности работы в команде компании. Примечателен тот факт, что подрубрика «Карьера в компании» отдельно

вынесена в топпере – элементе самой верхней части веб-сайта. Это говорит о постоянной заинтересованности компании «РОСНЕФТЬ» в поиске и привлечении в свои ряды как начинающих карьеру людей, так и профессионалов в своем деле.

Следующая рубрика «Корпоративное управление» состоит из подразбук: «Совет директоров», «Правление», «Внутренний контроль, аудит и управление рисками», «Устав и внутренние документы». Здесь «адресат» сообщения может ознакомиться с руководством компании, корпоративным управлением, учредительными документами, а также с системой контроля над финансово-хозяйственной деятельностью.

Объемной является рубрика «Бизнес», заключающая в себе множество подразбук, которые делятся на несколько тематических групп: «Разведка и добыча» и «Переработка и сбыт». Первая группа состоит из подразбук: «Общие сведения», «Лицензирование», «Геологоразведка», «Запасы и ресурсы», «Добыча и разработка», «Газовый бизнес», «Шельфовые проекты», «Международное сотрудничество на шельфе РФ», «Оборудование для шельфа». Данная группа подразбук сообщает получателю информации о расположении запасов компании, объемах поисково-разведочных работ, повышению их эффективности, а также о структуре НК «Роснефть»

Вторая группа «Переработка и сбыт» содержит следующие подразбуки: «Общие сведения», «Нефтепереработка», «Нефтехимия», «Газопереработка», «Заводы катализаторов», «Производство смазочных материалов», «Реализация нефти», «Реализация нефтепродуктов», «Корпоративная система безналичных расчетов», «Новое топливо премиум-класса «ФОРА», – информирующими о непрерывном развитии сектора «Переработка и сбыт» и реализации его продукции конечному потребителю. Последняя подразбука ранее уже упоминалась в разделе «Автомобилистам». Такое неоднократное повторение привлекает внимание заинтересованного лица, готового узнать подробнее о последней новинке компании.

Рубрика «Инвесторам и акционерам» включает в себя такие подрубрики, как «Устав и внутренние документы», «Отчетность, презентации и годовые отчеты», «Раскрытие информации», «Инсайдерам», «Акционерный капитал», «Дивиденды», «Информация для акционеров», «Инструменты инвестора», «Контактная информация», «Осторожно мошенники». Эта рубрика сообщает пользователю о финансовых результатах компании, а также предупреждает о возможном обмане своих партнеров злоумышленниками, что говорит о важной роли безопасности в компании «РОСНЕФТЬ».

Следующая рубрика «Пресс-центр» предстает в виде подрубрик: «Пресс-релизы», «Новости», «Новости дочерних обществ», «СМИ о компании», «Роснефть сегодня», «Корпоративные СМИ», «Видеоматериалы», «Фотогалерея», «Контактная информация». Здесь адресат узнает о предстоящих и настоящих проектах, внесении вклада компании в общественность и мировую экономику, внутренних и международных конференциях и пр.

Заключительная рубрика «Устойчивое развитие» содержит в себе подрубрики: «Отчеты об устойчивом развитии», «Персонал», «Корпоративная культура», «Социальная политика», «Промышленная безопасность, охрана труда и окружающей среды», «Наука и инновации», «Корпоративный научно-проектный комплекс», «Взаимодействие с заинтересованными сторонами», «Противодействие коррупции», «Горячая линия безопасности», «Совет пенсионеров – ветеранов войны и труда», «Жизнь белых медведей в прямом эфире». Само понятие «устойчивое развитие» (англ. *sustainable development*) означает процесс экономических и социальных изменений, при котором эксплуатация природных ресурсов, направление инвестиций, ориентация научно-технического развития, развитие личности и институциональные изменения согласованы друг с другом и укрепляют нынешний и будущий потенциал для удовлетворения человеческих потребностей и устремлений. Во многом речь

идёт об обеспечении качества жизни людей [46]. Таким образом, политика в области устойчивого развития направлена на содействие в реализации стратегических целей Компании как одной из крупнейших мировых публичных энергетических корпораций, поскольку их достижение возможно только при условии строгого соблюдения высоких стандартов экологической и промышленной безопасности, социальной ответственности и корпоративного управления.

Следующим элементом главной страницы является блок со ссылками на самые популярные разделы и рубрики. Разделы блока на официальном сайте российской нефтегазовой компании «РОСНЕФТЬ»: «Инвесторам и акционерам», «Автомобилистам», «Журналистам» и «Закупки и реализации».

Первый раздел блока «Инвесторам и акционерам» включает в себе несколько подразделов: «Календарь инвестора», «Котировки акций», «Калькулятор дивидендов», «Рейтинги», «Раскрытие информации», «Контакты для акционеров», – а также неинтерактивные виджеты «Презентации» и «Годовые отчеты». Таким образом, данный раздел предоставляет пользователю информацию о возможностях инвестиций и возможности получения различных дивидендах по акциям компании.

Следующая ссылка – «Автомобилистам», является достаточно объемной с точки зрения информативности, несмотря на краткость названия. Она содержит множество подразделов, включающих несколько тематических категорий. Например, категорию «Корпоративная система безналичных расчетов РН-карт» формируют разделы: «Программа лояльности», «Офисы продаж», «Локал», «Транзит», «Транзит-Дизель». Последние три представлены в виде неинтерактивных виджетов. Подразделы «Расчет маршрута», «Атлас-справочник», «Координаты АЗС для навигаторов», «Расширенный поиск точек обслуживания» образуют категорию «Сервисы»; а «Моторные», «Трансмиссионные», «Промывочные» – категорию «Масла НК «Роснефть»». В разделе «Автомобилистам» также включены подразделы «Новое топливо премиум-класса ФОРА» и «Сеть заправочных станций»,

изображенная в виде неинтерактивного виджета. Данный раздел очень кратко, но в то же время емко передает информацию «адресату» – потенциальному или ныне являющемуся клиенту компании – о преимуществах пользования и разнообразии услуг, предоставляемых компанией.

Раздел «Журналистам» включает в себя подразделы: «Пресс-релизы», «Ключевые события в СМИ», «Корпоративные СМИ», «Контактная информация», – репрезентируя тем самым огромную значимость компании «РОСНЕФТЬ» в экономике России и за рубежом. Благодаря журналистской деятельности анонсирование важных проектов и событий из жизни «РОСНЕФТИ» имеет широкий охват по всему миру.

В последней ссылке «Закупки и реализации» блока, расположенном на главной странице веб-сайта компании, находятся подразделы: «Закупки товаров, работ, услуг», «Реализация нефти и нефтепродуктов», «Реализация неликвидных и невостребованных ликвидных материалов», «Аккредитация», «Горячая линия безопасности», «Реализация непрофильных активов». Данный подраздел несет в себе информацию для ее получателя о деятельности компании в области купле-продаже и обращении предоставляемого продукта в доход.

Постоянно меняющийся фоторяд слайдера (специальный элемент веб-дизайна, представляющий собой блок определенной ширины чаще всего в верхней строке веб-страницы. Главная его особенность в изменяющихся в ручном или автоматическом режиме элементах – картинок, текстов и ссылок [47].) естественным образом привлекает внимание посетившего сайт. А небольшое текстовое сообщение, представленное с той или иной фотографией на слайде не только кратко информирует об изображенной ситуации, но также позволяет пользователю моментально определить уровень его заинтересованности в данном событии.

Главная страница сайта компании «РОСНЕФТЬ» также включает в себя виджет (небольшой графический элемент или модуль, вставляемый на

сайт или выводимый на рабочий стол для отображения важной и часто обновляемой информации [48]) с котировкой акций и схематическую карту, содержащую графические элементы с наименованиями, указанными в боковой панели: «Вся география», «Порты присутствия», «Бункеровка», «Реализация авиатоплива», «Геологоразведочные проекты», «Сеть АЗС», «Зарубежные проекты», «Нефтепереработка и нефтехимия», «Переработка газа», «Газовые активы», «Нефтяные активы», «Хранение нефтепродуктов», «Шельфовые участки», «Научно-проектный комплекс». Такая карта является для пользователя отличным ориентиром в деятельности компании, значительно сохраняя время посетителя сайта в процессе поиска информации.

В новостной блок главной страницы («Пресс-релизы» и «Новости») вынесены наиболее значимые и актуальные на сегодняшний день статьи о событиях и фактах в работе компании.

Следующим веб-сайтом для анализа способов лексической репрезентации нефтегазовой тематики в интернет-дискурсе нефтегазовой отрасли стал веб-сайт нефтяной компании «ЛУКОЙЛ». Главная страница сайта включает в себе огромный объем информации в краткой форме. В топере сайта расположились разделы, в общих чертах знакомящие пользователя с компанией: «Глобальный бизнес», «Сеть АЗС», «Тендеры», «Вакансии», «Контакты», языковая панель.

Навигация сайта, также относящаяся к верхней строке сайта, содержит подрубрики: «Компания», «Бизнес», «Инвесторы», «Пресс-центр», «Продукция», «Ответственность». Разберем подробнее каждую рубрику.

Первая рубрика «Компания» включает множество подрубрик: «О Компании», «Деятельность Компании», «Карьера», «Корпоративное управление», «История», «Музей», «Тендеры и аукционы», «Юридическая информация», «Обеспечение страховой защиты». В свою очередь некоторые подрубрики также состоят из разделов. Например, подрубрику «Деятельность Компании» формируют разделы «ЛУКОЙЛ в России и мире»

и «Организации Группы»; «Карьеру» – «ЛУКОЙЛ как работодатель», «История успеха», «Открытие вакансии», «ЛУКОЙЛ и молодежь»; «Корпоративное управление» – «Совет директоров», «Правление», «Доли топ-менеджеров», «Вознаграждение топ-менеджерам», «Внутренние документы»; «Тендеры и аукционы» – «Тендеры, проводимые ПАО «ЛУКОЙЛ», «Реализация непрофильных активов»; «Юридическую информацию» – «Обработка персональных данных» и «Третейский суд». В данной рубрике собрана вся информация о компании, ее деятельности, сотрудниках и возможности стать частью команды, управления и исторических событиях из жизни компании, уникальных знаниях о развитии нефтяного гиганта, информация об акциях компании, основных положениях и условиях, а также о политике и стратегии защиты Компании и ее дочерних предприятий.

В рубрике «Бизнес» содержатся три подрубрики: «Технологии и инновации», «Разведка и добыча», «Переработка и сбыт». Каждая из этих рубрик состоит из разделов: «Технологии и инновации» – из «Технологии» и «Инновационное сотрудничество»; «Разведка и добыча» – из «Ключевые проекты», «Традиционные регионы», «Зарубежные проекты», «Запасы», «Геолого-разведочные работы», «Разработки и добыча»; а «Переработка и сбыт» – из «Нефтепереработки», «Газопереработки», «Производства масел», «Нефтехимии», «Энергетики», «Реализации нефти и газа», «Сбыта нефтепродуктов» и «Трейдinга». Данная рубрика дает представление адресату сообщения о видах деятельности компании. Так пользователь узнает о заинтересованности компании в постоянном поиске новых технологий и оборудования, об огромном количестве изведанных и неизведанных ресурсов, которые находятся или будут находиться в распоряжении компании, а также об основных видах деятельности «ЛУКОЙЛА»: разведке, добыче, переработке и сбыте.

Рубрика «Инвесторы» формируется подрубриками: «Основные показатели», «Ценные бумаги», «Сервисы для инвесторов и акционеров»,

«Аналитики», «Собрание акционеров», «Акционерам», «IR-релизы», «Контакты», «Отчетность и презентации», «Раскрытие информации». Подрубрика «Ценные бумаги» включает в себя такие разделы, как «Дивиденды», «Акционерный капитал», «Депозитарные расписки», «Облигации». В подрубке «Акционерам» пользователь видит разделы «Политика работы с акционерами», «Регистратор», «Фондово-консультационный центр», «Часто задаваемые вопросы». Подрубрика «Отчетность и презентации» содержит большое число разделов: «Финансовый календарь», «Отчетность», «Презентации», «Годовой отчет», «Основные факты», «Справочник аналитика», «Отчет по устойчивому развитию», «Отчет о корпоративном управлении», «Отчет по платежам государствам». Подрубрика «Раскрытие информации» включает в себе разделы: «Информационная политика», «Годовой отчет по требованиям регулятора», «Ежеквартальные отчеты эмитента», «Существенные факты», «Аффилированные лица», «Инсайдерам», «Отчетность по РСБУ» и «Выпуски облигаций». Такая многоуровневая структура рубрики репрезентирует заинтересованному лицу огромный поток информации касательно инвестиционной и акционерной деятельности компании.

Подрубрики «Пресс-релизы», «Медиатека», «Лента событий», «Библиотека», «Сервисы для журналистов», «Корпоративные СМИ», «ЛУКОЙЛ в социальных сетях», «Контакты» составляют рубрику «Пресс-центр», тем самым предоставляя «адресату» информацию о самых последних и важных событиях и публикациях, подборку различных аудио-, видео- и фотоматериалов. Важно отметить причастность компании к таким популярным социальным сетям, как Фейсбук, Твиттер, Инстаграм и др., что указывает на активное участие «ЛУКОЙЛа» в большем взаимодействии со своими партнерами и клиентами.

Из нескольких подрубрик состоит рубрика «Продукция»: «Автомобилистам», «Бизнесу», «Бренды». Каждая подрубрика также включает в себе определенные разделы. Так, подрубрика «Автомобилистам»

состоит из разделов: «Сеть АЗС», «Акции», «Масла и автохимия», «Топливо», «Клуб ЛУКОЙЛ» и «Поддержка». В свою очередь, подрубрика «Бизнесу» включает в себя разделы: «Нефтепродукты», «Газ», «Нефтехимическая продукция», «Для авиации», «Для судов», «Масла и технические жидкости», «Топливные карты», «Совместный бизнес на АЗС», «Нефтетрейдинг». Подрубрика «Бренды» делится на три раздела, таких как «Топливо ЭКТО», «Масла GENESIS» и «Экологическое топливо ЕВРО». Благодаря такой структуре, у посетителя сайта складывается определенная картина о конечной продукции, производимой компанией, а также рынок сбыта этой продукции. А разделы «Топливные карты» и «Экологическое топливо ЕВРО» указывают на внимательное отношение компании к своим клиентам, предоставляя сервис контроля потребления топлива, и окружающей среде, осуществив переход на выпуск автомобильных топлив с улучшенными экологическими характеристиками.

Завершающая рубрика «Ответственность» делится на подрубрики: «Социальное инвестирование», «Безопасность и окружающая среда», «Устойчивое развитие», «Социальное партнерство». Подрубрику «Социальное инвестирование» формируют разделы: «Социальные инициативы», «Взаимодействие с регионами», «Взаимодействие с коренными малочисленными народами Севера», «Конкурс социальных проектов». Подрубрика «Безопасность и окружающая среда» состоит из таких разделов, как «Управление промышленной и экобезопасностью», «Экология», «Безопасность труда». Последняя подрубрика «Социальное партнерство» включает в себя разделы: «Политика управления персоналом», «Социальный кодекс», «Охрана труда», «Взаимодействие с профсоюзом», «Пенсионное обеспечение сотрудников», «Социальные программы» и «Молодежная политика». Основной задачей рубрики «Ответственность» является необходимость донести до получателя информацию о политике «ЛУКОЙЛа» в области промышленной безопасности, охраны труда и окружающей среды, ознакомить его (получателя информации) с

ответственностью компании перед обществом за рациональное использование природных ресурсов и сохранение благоприятной экологической ситуации.

На главной странице сайта нефтяной компании «ЛУКОЙЛ» размещен слайдер с меняющимся фоторядом. Каждый фотоэлемент имеет отношение к определенной из вышеперечисленных рубрик, а также заглавие, отличающееся от наименования конкретной рубрики. Это указывает на то, с чем ассоциирует себя та или иная рубрика. Так, рубрика «Компания» проводит аналогию с «Надежными поставками», отображенными на первом фотоэлементе. «Бизнес» – с «Мощными импульсами»; «Инвесторы» – с «Создавая акционерную стоимость»; «Пресс-центр» – с «Достоверными сообщениями»; «Продукция» – с «Доверием клиентов»; «Ответственность» – с «Социальной ответственностью».

Также каждый фотоэлемент сопровождается определенным слоганом. Например, «Надежные поставки» интерпретирует слоган «Всегда в движении навстречу новым задачам»; «Мощным импульсам» соответствует «Всегда в движении, объединяя усилия»; «Создавая акционерную стоимость» представляет слоган «Всегда в движении к новым высотам»; «Достоверные сообщения» презентует «Всегда в движении, делюсь глобальными инициативами»; «Доверие клиентов» отражено в «Всегда в движении, развивая партнерские отношения»; и, наконец, «Социальная ответственность» представлена в слогане «Всегда в движении с заботой о людях». Все слоганы объединяет одно выражение: «Всегда в движении», – являющееся девизом «ЛУКОЙЛа». Такое единообразие выражает и сохраняет руководящую идею деятельности компании.

На главную страницу сайта «ЛУКОЙЛ» вынесены отдельные разделы и подрубрики, которые, как мы рассмотрели выше, имеют определенное отношение к конкретной рубрике. Эти разделы также визуализированы в виде блок-ссылок, которые имеют иные названия и несут в себе идею, концепцию, представленную в виде кратких изречений. Например, идея

ссылки «Новая формула» (раздел «Масла GENESIS») гласит: «Уникальные моторные масла – надежность в любых условиях». Концепция «Инновации – это мотор развития нашего бизнеса» заключена в ссылке «Модернизация и развитие» (раздел «Технологии»). Ссылка «Безопасность, защита, здоровье» несет в себе идею: «Мы уделяем большое внимание соблюдению принципов устойчивого развития бизнеса». Последний блок с ссылкой «Ключевые показатели» (подрубрика «Основные показатели») отражает концепцию: «Компания наращивает операционные показатели в непростых условиях». Эти концепции сопряжены с направлениями, в которых компания видит большую значимость и перспективы для развития.

Структура главной страницы сайта также включает в себя блок с новостями, виджет «Акции», показывающий динамику роста и падения акций компаний. Футер – самый нижний элемент страницы – содержит ссылки на социальные сети: Фейсбук, Твиттер, Вконтакте, Инстаграм, Ютьюб.

2.2 Способы выражения лексической репрезентации нефтегазовой тематики в английском языке

США является лидером мировой экономики. Это страна, по уровню и масштабам развития значительно опережающая любую из других развитых государств. В ходе глобализации международной экономики показатели деловой активности внутри США являются образцовыми для мировой экономики, непосредственно влияют на движение цикла и изменения состояния национальных экономик. Развитие экономических процессов в Соединенных Штатах Америки стало одним из главных генераторов сдвигов в экономике всего мира.

Соединённые Штаты, несмотря на проблемы в политической сфере, традиционно являются одним из ведущих торговых партнёров России. Американские компании проявляют значительный интерес к развитию торгово-экономического сотрудничества с регионами России. Более десяти

лет действует «Российско-американское тихоокеанское партнёрство», объединяющее представителей бизнеса, науки, общественных кругов, федеральных и региональных властей Дальнего Востока России и Западного побережья США.

Таким образом, в связи со значительным положением США во всемирной экономической сфере, в том числе и российской, для рассмотрения и анализа способов лексической репрезентации нефтегазовой тематики мы выбрали три крупнейшие американские корпорации, специализирующие в области добычи, переработки и сбыта продуктов нефти и газа, – это «ExxonMobil Corporation», «ConocoPhillips», «Chevron Corporation».

«ExxonMobil Corporation» является крупнейшей публичной нефтяной корпорацией в мире, расположенной в США. Основная ее деятельность заключается в добыче и переработке нефти, а также в сбыте нефтепродуктов. До 2014 года компания состояла в тесных партнерских отношениях с российской топливной компанией «РОСНЕФТЬ».

Играя важную роль в области экономики и мировой промышленности и регулируя их развитие, компания нуждается в постоянном обновлении информации, и как следствие в поиске и привлечении новых клиентов, что, как правило, и является ключевым моментом в создании веб-сайта.

В топпере главной страницы веб-сайта «ExxonMobil Corporation» пользователь видит разделы, дающие общие представления о компании: «Business lines» («*Бизнес-направления*»), «Global brands» («*Мировые бренды*»), «Careers» («*Карьера*»), «Investors» («*Инвесторы*»). А также ссылки на социальные сети, являющиеся важным фактором в области взаимодействия компании со своей аудиторией, – Фейсбук, ЛинкедИн, Твиттер и Ютьюб.

В верхней строке главной страницы сайта расположены рубрики: «Energy» («*Энергия*»), «Technology» («*Технология*»), «Current issues»

(«События»), «Environment» («Окружающая среда»), «Community» («Социальная ответственность»), «Company» («Компания»).

Каждая рубрика образовывается подрубриками, состоящими в свою очередь из разделов. Так, рубрика «Energy» делится на подрубрики: «Natural gas» («Природный газ»), «Oil» («Нефть»), «Outlook for Energy» («Перспективы энергетики»), «Research and development» («Научные исследования и разработки»).

Подрубрика «Natural gas» включает в себя разделы: «Environment and safety» («Окружающая среда и безопасность»), «Operations» («Операции»), «Policy» («Политика»), «Technology» («Технология добычи»).

Подрубрика «Oil» имеет аналогичные разделы, за исключением раздела «Operations». Подрубрика «Outlook for Energy» содержит разделы «Highlights» («Задачи»), «Transportation» («Транспортировка»), «Natural gas», «Technology», «Power generation» («Выработка энергии»), «Role of oil» («Роль нефти (в мире)»), «Charts» («Графики»), «Videos» («Видеоролики»), «Downloads» («Загрузка (отчетов)»).

Подрубрика «Research and development» включает разделы: «Advanced biofuels» («Перспективные виды биотоплива»), «Approach» («Наш подход»), «Innovating energy solutions» («Инновационные решения в области энергетики»), «University collaborations» («Сотрудничество с университетами»).

Рубрику «Technology» формируют такие подрубрики, как: «Carbon capture and storage» («Добыча и хранение углерода»), «Deep water drilling» («Глубоководное бурение»), «Energy efficiency» («Энергоэффективность»), «Explorations and productions» («Разведка и производство»), «Extended reach technology» («Технология расширенного доступа»), «Hydraulic fracturing» («Гидроразрыв пласта»), «Liquefied natural gas» («Сжиженный природный газ»), «Vehicle technologies» («Автомобильные технологии»). Каждая из подрубрик состоит из определенных разделов, например «Carbon capture and storage» – из «Advanced carbonate fuel cell technologies» («Новейшие

технологии карбонатных топливных элементов»), «Controlled freeze zone» («Контролируемая зона замораживания»), «Developing cutting edge technology» («Разработка передовых технологий»); «Deep water drilling» – из «Environment and safety», «Technology». «Energy efficiency» – из «Cogeneration» («Когенерация»), «Mitigating greenhouse gas emissions in our operations» («Смягчение выбросов парниковых газов в ходе наших операций»). «Explorations and productions» – из «Gas processing» («Переработка газа»), «High-performance computing» («Высокопроизводительные вычисления»), «Seismic imaging» («Сейсмическое картирование»). «Extended reach technology» и «Hydraulic fracturing» – из «Environment and safety», «Technology». «Liquefied natural gas» – из «Environment and safety», «Operations», «Policy», «Technology». И «Vehicle technologies» – из «Advanced motor oils» («Современные моторные масла»), «Advanced plastics» («Высокотехнологичная пластмасса»).

В следующей рубрике «Current issues» находятся подрубрики: «Accountability» («Ответственность»), «Arctic» («Арктика»), «Climate» («Климат»), «Energy policy» («Энергетическая политика»), «Global energy trade» («Мировая торговля в области энергетики»), «Oil sands» («Нефтеносные пески»), «Hydraulic fracturing» («Гидроразрыв пласта»), «U. S. tax policy» («Налоговая политика США»), «Water» («Вода»). Подрубрика «Accountability» представлена разделами: «Conflict minerals» («Конфликтные минералы»), «Political involvement» («Политическое участие»), «Transparency» («Прозрачность»). «Arctic» («Арктика») – «Experience» («Опыт»), «Presence» («Наше расположение»), «Working in the Arctic» («Работа в Арктике»), «Community of respect» («Сообщество взаимного уважения»). «Climate» – «ExxonMobil's perspective» («Перспективы компании ExxonMobil»), «Engaging on climate change» («Заинтересованность в климате с ком изменении»), «Meeting global needs» («Удовлетворение глобальных потребностей»), «Reducing emissions» («Сокращение выбросов»), «Driving innovation» («Внедрение инноваций»), «Promoting efficiency»

(«Повышение эффективности»), «Understanding #ExxonKnew» («Раскрытие понятия #ExxonKnew»). «Energy policy» – «LNG exports» («Экспорт сжиженного природного газа (СПГ)»), «U.S. energy policy» («Энергетическая политика США»). «Global energy trade» – «Global energy commerce» («Глобальная энергетическая торговля»), «U.S. LNG exports» («Экспорт СПГ в США»), «Trade agreements and policy» («Торговые соглашения и политика»). «Oil sands» – «Canadian oil sands» («Канадские нефтяные пески»), «New and emerging technologies» («Новые технологии»). «Hydraulic fracturing» – «Environment and safety», «Technology»; «U. S. tax policy» – «American competitiveness» («Конкурентоспособность США»), «Current tax issues» («Текущие вопросы налогообложения»), «U.S. tax and duty payments» («Налогообложение США и выплаты»). «Water» – «Fundamentals» («Принципы»), «Policy considerations» («Политические соображения»), «Water and energy» («Вода и энергия»), «Water framework» («Лимит использования водных ресурсов»).

В рубрику «Environment» входят подрубрики: «Emergency preparedness» («Готовность к чрезвычайным ситуациям»), несущая в себе единственный раздел «Spill prevention and response» («Предотвращение разлива и ответные меры»); и «Environmental performance» («Экологические показатели»), включающая разделы: «Air emissions reductions» («Сокращение выбросов в атмосферу»), «Ecosystem services» («Услуги по защите биологического разнообразия и экосистемы»), «Environmental drilling initiatives» («Экологические инициативы в отношении бурения»), «Environmental stewardship» («Защита окружающей среды»), «Freshwater management» («Рациональное использование ресурсов пресной воды»), «Site remediation» («Восстановление окружающей среды»), «Spill performance» («Предотвращение разливов»).

Рубрика «Community» делится на подрубрики: «Corporate Citizenship Report» («Отчет о корпоративном гражданстве»), «Human rights» («Права человека»), «Local economic development» («Локальное экономическое

развитие»), «Malaria» («Малярия»), «Math and science» («Математика и естественные науки»), «Socioeconomics» («Социоэкономика»), «Women's economic opportunity» («Экономические возможности женщин»), «Worldwide giving» («По всему миру»).

Подрубрика «Corporate Citizenship Report» состоит из множества разделов, таких как: «Download the full report and highlights» («Загрузка и просмотр отчетов»), «About this report» («Об отчетах»), «Safety, health and the workplace» («Безопасность, здоровье и рабочее место»), «Environmental performance» («Экологические показатели»), «Managing climate change risks» («Управление рисками изменения климата»), «Community and social impact» («Влияние сообщества и общества»), «Local development and supply chain management» («Локальное развитие и управление цепочками поставок»), «Corporate governance» («Корпоративное управление»), «Feedback» («Обратная связь»).

В подрубрику «Human rights» входят разделы: «Managing community impacts» («Управление воздействием сообщества»), «Respecting rights» («Соблюдение прав»), «Security concerns» («Проблемы безопасности»).

Подрубрика «Local economic development» включает в себе разделы: «Our approach» («Наш подход»), «Local economic growth and development» («Локальный экономический рост и развитие»), «Supplier development» («Расширение сотрудничества с поставщиками»), «Supply chain management» («Система управления цепями поставок»).

В подрубрику «Malaria» входят разделы: «Partners» («Партнеры»), «Program» («Программа»), «Successes» («Успехи»), «World Malaria Day» («Всемирный день борьбы с малярией»).

Подрубрику «Math and science» формируют разделы: «Be an engineer» («Профессия инженера»), «Bernard Harris Summer Science Camp» («Летний научный лагерь «Бернард Харрис»»), «Change the Equation» («Изменения уравнения»), «Diversity and international initiatives» («Многообразие и международные инициативы»), «Teachers Academy» («Академия учителей»).

«National Math and Science Initiative» («Национальная математическая и естественнонаучная инициатива»), «Teacher Appreciation Week» («Неделя учителя»), «Think it up» («Подумайте над этим»), «Other programs» («Другие программы»).

Подрубрика «Socioeconomics» содержит в себе следующие разделы: «Indigenous peoples» («Коренные народы»), «Cultural heritage and diversity» («Культурное наследие и его разнообразие»), «Human rights», «Land use and resettlement» («Землепользование и расселение»), «Transparency and anti-corruption» («Прозрачность и борьба с коррупцией»), «Community relations» («Связи с общественностью»), «Economic development» («Экономическое развитие»).

В подрубрику «Women's economic opportunity» («Экономические возможности женщин») входят разделы: «African First Ladies Summit» («Первый Саммит африканских женщин»), «Award-winning mobile service for women entrepreneurs» («Привилегированные услуги для женщин-предпринимателей»), «Investing in women» («Инвестирование в женщин»), «Partners», «Roadmap for promoting women's economic empowerment» («Дорожная карта для содействия по расширению экономических прав и возможностей женщин»).

Последняя подрубрика «Worldwide giving» включает в себя такие разделы, как: «Employee giving» («Сотрудникам»), «EchxonMobil Foundation» («Фонд EchxonMobil»), «Giving guidelines» («Рекомендации»), «Worldwide Giving Report» («Всемирный отчет»).

Последняя рубрика верхней строки главной страницы официального веб-сайта «EchxonMobil Corporation» «Company» делится на подрубрики: «About us» («О нас»), которая состоит из разделов: «Careers» («Карьера»), «Global diversity» («Всемирное разнообразие»), «Guiding principles» («Основополагающие принципы»), «History» («История»), «Management» («Руководство компании»), «Safety and health» («Безопасность и здоровье»); «Consumer products and services» («Потребительские товары и услуги»),

содержащая «Customer support» («Служба поддержки»), «ExxonMobil payment and rewards» («Платежи и вознаграждения компании ExxonMobil»), «Station locator» («Станционный локатор»), «Motor oils» («Моторные масла»); «Contact Us» («Контакты»), включающую разделы: «Directory» («Каталог»), «Email us» («Электронная почта»), «Request a speaker» («Запрос докладчика»), «Business solicitation and recruiting scams» («Привлечение бизнеса и рекрутинг»); «Multimedia» («Мультимедиа»), в которую входят разделы: «Apps» («Программы и приложения»), «Energy lives here™» («Энергия живет здесь»), «Energy Quiz» («Викторина «Energy»»), «Publications» («Публикации»), «the Lamp» («Проект «Лампа»»).

В подрубрике «Corporate governance» («Корпоративное управление») заключены разделы: «Annual Meeting of Shareholders» («Ежегодное собрание акционеров»), «Additional policies and guidelines» («Дополнительные правила и рекомендации»), «Board committees» («Комитеты правления»), «Board of directors» («Совет директоров»), «By-laws» («Уставы»), «Certificate of incorporation» («Свидетельство о регистрации компании»), «Code of ethics and business conduct» («Кодекс этики и ведения бизнеса»), «Contact directors» («Контактные директора»), «Corporate officers» («Корпоративные сотрудники»), «Ethics» («Этика»), «Guidelines» («Методические рекомендации»), «Powers of the board» («Полномочия правления»).

Подрубрика «News and updates» («Новости и обновления») содержит в себе разделы: «News releases and alerts» («Новости и предупреждения об опасности»), «Media contacts» («Контакты для СМИ»), «Speeches» («Выступления»), «Energy Factor» («Энергетический фактор»).

В последнюю подрубрику «Worldwide operations» («Операции во всем мире») входят разделы, такие как: «Brands and products» («Торговые марки и продукция»), «Business divisions» («Функциональные подразделения»), «Technology Licensing & Catalysts» («Лицензирование и каталоги технологий»), «Crude Trading» («Торговля сырой нефтью»), «Locations» («Местонахождение»).

На главной странице посетитель сайта также находится наблюдать новостной блок с актуальными новостями о деятельности компании «ExxonMobil Corporation». Например, четыре раздела «The outlook for energy», «Carbon capture and storage», «Liquefied natural gas», «Global diversity» из подрубрики о разведочной деятельности говорят о том, что разведка и поиск новых месторождений находятся в приоритетных целях компании. Помимо этого, значительный объем на главной странице занимает блок с информацией о вложениях в производство в области Персидского залива: «ExxonMobil plans investments of \$20 billion to expand manufacturing in U.S. Gulfregion» («ExxonMobil планирует инвестировать 20 млрд долларов в расширение производства в регионе Персидского залива»). Также на главную страницу вынесены статьи о работе компании, ее финансовых отчетах и результатах в области экологии и поддержки общества.

Далее проанализируем веб-сайт нефтяной компании «ConocoPhillips», специализирующейся на добыче и переработке нефти и газа, а также являвшейся до событий по причине всемирного экономического кризиса в 2011 году владельцем крупного пакета акций компании «ЛУКОЙЛ». В боковой панели сайта расположились рубрики: «Who we are» («Кто мы»), «What we do» («Что мы делаем»), «Sustainable Development» («Устойчивое развитие»), «In communities» («В сообществах»).

Ознакомимся со структурой рубрик. Так, в рубрику «Who we are» входят подрубрики: «Our Company» («Наша компания»), «Fact Sheets» («Список документации и фактов»), «SPIRIT Magazine» («Журнал «SPIRIT» (название журнала «SPIRIT» является звуковой аббревиатурой, образованной из начальных букв слов: Safety (русск. *безопасность*), People (русск. *люди*), Integrity (русск. *целостность*), Responsibility (русск. *ответственность*), Innovation (русск. *инновации*), Teamwork (русск. *работа в команде*). Данные понятия являются ценностями компании «ConocoPhillips»), «Our Legacy» («Наше наследие»). Каждая подрубрика включает в себя определенные разделы. Например, «Our Company» состоит из: «Our Brand» («Наш брэнд»),

«SPIRIT Values» («Ценности «SPIRIT»), «Leadership» («Руководство»). Последний включает в себе список имен руководителей компании: Ryan Lance (Райан Лэнс), Matt Fox (Мэтт Фокс), Al J. Hirshberg (Эл Джей Хиришберг) и др.

Рубрика «What we do» состоит из подразбук «Exploring for Energy» («Поиск и разведка месторождений»), «Producing Energy» («Производство энергии»), «Getting Energy to Market» («Сбыт продукции»), «Creating Innovative Solutions» («Инновационные решения»), «Doing Business With Us» («Сотрудничество с нами»), «Power in Cooperation» («Сила в сотрудничестве»). Первую подразбук «Exploring for Energy» формируют разделы: «What We're Looking For» («Что мы ищем»), «Geology» («Геологоразведка»), «Geophysics» («Геофизика»), «Reservoir Engineering» («Проектирование резервуаров»).

Вторую подразбук «Producing Energy» составляют разделы: «Oil and Natural Gas» («Нефть и природный газ») и «Oil Sands» («Нефтеносные пески»). В рубрику «Getting Energy to Market» входят разделы: «Pipelines» («Трубопроводы»), «Tankers» («Танкеры»), «Trucks» («Грузовые автомобили»). Также раздел «Pipelines» включает подразделы «Our Pipelines» («Наши трубопроводы») и «Ensuring Pipeline Safety» («Обеспечение безопасности трубопроводов»).

Третья подразбук «Creating Innovative Solutions» содержит такие разделы, как: «LNG Technology&Licensing» («Технология и лицензирование СПГ»), «Technology Ventures» («Технологические предприятия»), «Global Water Sustainability Center» («Центр глобальной устойчивости водных ресурсов»), «Water Preservation» («Сохранение водных ресурсов»).

В четвертую подразбук «Doing Business With Us» заключены разделы: «Supply Chain» («Цепь поставок»), «Vendor Relations» («Отношения с поставщиками»), «ConocoPhillips Ethics Helpline» («Справочная служба по вопросам этики «ConocoPhillips»), «Unclaimed Property» («Невостребованная собственность»), «Visiting Houston Headquarters»

(«Посещение штаб-квартиры в Хьюстоне»), «Visiting Houston Energy Center 3» («Посещение Хьюстонского энергетического центра 3»), «Visiting Bartlesville» («Посещение Бартлсвилля»). Раздел «Supply Chain» также имеет свою структуру, которая состоит из подразделов: «How We Work» («Как мы работаем»), «Suppliers» («Поставщики»), «Payments & Invoices» («Платежи и квитанции»).

Последняя подрубрика данной рубрики «Power in Cooperation» не имеет разделов и включает в себя только ссылку для перехода на страницу с интересующей информацией.

Рубрика «Sustainable Development» является сложной по своей структуре и состоит из множества элементов. Так, она делится на подрубрики: «Our Approach» («Наш подход»), «Common Questions» («Общие вопросы»), «Safety&Health» («Здоровье и безопасность»), «Environment» («Окружающая среда»), «People&Society» («Люди и общество»), «Other Resources» («Другие источники»).

Подрубрика «Our Approach» включает разделы: «Our Sustainability Approach» («Наш подход к обеспечению устойчивого развития»), «Living by Our Principles» («Жизнь по нашим принципам»), «Policies and Positions» («Политика и позиции Компании»), «Integrating Sustainability» («Интегрирование устойчивого развития»), «Accountability and Governance» («Подотчетность и управление»), «Supply Chain Sustainability» («Устойчивость цепочки поставок»).

В подрубрику «Common Questions» входит список наиболее часто задающихся, актуальных и тревожащих мировую общественность вопросов, например: «How is the company working to conserve and preserve water?» («В чем заключается работа Компании в области сохранения водных ресурсов?»); «Does natural gas reduce greenhouse gas emissions?» («Сокращает ли природный газ выбросы парниковых газов?»); «How does the company prepare for an emergency?» («Насколько Компания готова к чрезвычайным ситуациям?») и др.

Подрубрика «Safety&Health» состоит из таких разделов, как: «Our Safety Commitment» («*Наши обязательства в отношении безопасности*»), «Operating Safely» («*Безопасная работа*»), «Operations Excellence» («*Совершенство работы*»), «Emergency Preparedness» («*Готовность к чрезвычайным ситуациям*»), «Offshore Incident Prevention&Response» («*Предотвращение и реагирование на морские инциденты*»), «Occupational Health and Industrial Hygiene» («*Здоровье сотрудников и промышленная гигиена*»), «Security» («*Безопасность*»).

Подрубрика «Environment» включает в себе разделы: «Life Cycle Thinking» («*Жизненный цикл*»), «Biodiversity» («*Биоразнообразие*» (или биологическое разнообразие), то есть разнообразие жизни во всех её проявлениях, а также показатель сложности биологической системы, разнокачественности её компонентов [49])), «Water» («*Вода*»), «Using Material Resources Wisely» («*Разумное использование материальных ресурсов*»), «Climate Change» («*Климатические изменения*»), «Air» («*Воздух*»). Некоторые разделы состоят из подразделов. Например, раздел «Biodiversity» содержит подразделы «Our Biodiversity Action Plan» («*Наш план действий в области биоразнообразия*»), «Biodiversity Position» («*Наша позиция в области биоразнообразия*»), «Operating in Sensitive Environments» («*Работа в наиболее восприимчивых средах*»); «Water» – «Our Approach to Water» («*Наш подход к потреблению водных ресурсов*»), «Global Water Sustainability Position» («*Глобальное положение по устойчивому развитию в отношении водных ресурсов*»), «Water Scarcity» («*Нехватка воды*»), «Managing Local Water Risks» («*Управление локальными водными рисками*»); «Climate Change» – «Our Perspective on Future Energy» («*Наш взгляд на энергию будущего*»), «Global Climate Change Position» («*Наша позиция по отношению климатического изменения*»), «Taking Action on Climate Change» («*Принятие мер по изменению климата*»), «Climate Change Strategy» («*Стратегия сдерживания изменения климата*»), «Public Policy Engagement» («*Вовлечение в мировую политику*»).

Формируют подрубрику «People&Society» разделы: «Stakeholder Engagement Action Plan» («План взаимодействия с заинтересованными сторонами»), «Human Rights» («Права человека»), «Human Rights Position» («Позиция по отношению человеческих прав»), «Engaging Stakeholders» («Привлечение заинтересованных сторон»).

Завершающая подрубрика данной рубрики носит название «Other Resources» и состоит из разделов: «GRI/IPIECA Index» («Индекс GRI/IPIECA» (GRI (Global Reporting Initiative – русск. *Стандарты социальной отчётности*) – это документы, руководства и сборники правил, формулирующие требования к отчётам частных компаний по итогам их деятельности в рамках корпоративной социальной ответственности [50] / IPIECA (International Petroleum Industry Environmental Conservation Association – русск. *Международная ассоциация компаний нефтедобычи в защиту окружающей среды*) – это организация, сводящая воедино коллективный опыт и знания нефтяных и газовых компаний и ассоциаций, представляющих более половины мировой добычи нефти [51].)), «Video Gallery» («Видео-галерея»), «Report Library» («Библиотека отчетов»), «2015 Data» («Данные за 2015 год»), «Glossary» («Глоссарий»), «Milestones» («Основные этапы устойчивого развития»), «Recognition» («Признание»), «Assurance» («Гарантия заботы об окружающей среде»).

Заключительная рубрика боковой панели главной страницы «In Communities» разделена на подрубрики: «Water & Biodiversity Stewardship» («Управление водными ресурсами и биоразнообразием»), «Math Education» («Математическое образование»), «Local Community Giving» («Отношение локального сообщества»), «Employee Giving» («Отношение сотрудников»), «Grant Seekers» («Получение гранта»), «Community Impact & Reporting» («Влияние общественности и отчетность»).

При просмотре сайта взгляд пользователя привлекает блок-ссылка – элемент с возможностью перехода к просмотру видеоролика о деятельности компании. Ссылка имеет название: «Protecting water; producing energy», – что

переводится на русский язык как: «*Защита водных ресурсов. Производство энергии*».

Верхняя строка главной страницы включает в себя разделы «Worldwide» («*Компания В мире*») и «Contact» («*Контактная информация*»), а также навигацию по сайту, состоящую из рубрик: «Careers» («*Карьера*»), «Investors» («*Инвесторам*»), «Newsroom» («*Новости*»), «U. S. Interest Owners» («*Владельцам пакетами акций в США*»).

В рубрику «Careers» входят подрубрики: «Why Choose ConocoPhillips» («*Почему стоит выбирать «ConocoPhillips»*»), «Locations» («*Местонахождения*»), «Career Areas» («*Направления в карьере*»), «Career Development» («*Карьерный рост*»), «University Recruitment» («*Наем выпускников*»), «Job Research» («*Поиск работы*»).

Рубрику «Investors» составляют подрубрики: «Stock Information» («*Информация по акциям*»), «Corporate Governance» («*Корпоративное управление*»), «Company Reports» («*Отчеты компании*»), «Shareholder Services» («*Услуги для акционеров*»), «Investor presentations» («*Презентации для инвесторов*»).

Рубрика «Newsroom» включает в себя такие подрубрики, как: «News Releases» («*Пресс-релизы*»), «Media Resources» («*Ресурсы для СМИ*»), «Multimedia Gallery» («*Мультимедийная галерея*»), «Speeches and Presentations» («*Доклады и выступления*»), «Corporate Logo & Standards» («*Корпоративные стандарты и логотип*»).

Заключительный элемент навигации – рубрика «U. S. Interest Owners» – входят подрубрики: «Payment Information» («*Информация по платежам*»), «Unclaimed Property» («*Невостребованная собственность*»), «Questions&Answers» («*Вопросы и ответы*»), «Contact Us» («*Наши контакты*»).

Следующей составляющей главной страницы веб-сайта нефтяной компании «ConocoPhillips» является новостной блок, содержащий ссылки на статьи, новости и отчеты, касающихся деятельности компании. Ссылка

включает в себя заголовки и подзаголовки, например: «SPIRITMAGAZINE: ConocoPhillips Qatar: Partnerships and collaboration in the Arabian Gulf», – переводящийся на русский язык как: «ЖУРНАЛ «SPIRIT»: ConocoPhillips Катар: партнерство и сотрудничество в Персидском заливе». Также новостной блок содержит виджет с меняющимися показателями NYSE (New York Stock Exchange (русск. Нью-Йоркская фондовая биржа) – это фондовая биржа США, крупнейшая в мире по обороту. На бирже определяется всемирно известный индекс Доу-Джонса для акций промышленных компаний, а также индексы NYSE Composite и NYSE ARCA Tech 100 Index), определяющий индекс для акций промышленных компаний [52].

Завершающим сайтом в списке исследуемых является сайт энергетической компании США «Chevron Corporation», сотрудничающей с российской компанией «Газпром». В верхней строке главной страницы расположились меню сайта («меню»), навигация по сайту и логотип компании. Что касается конкретного сайта, то его навигация является частью меню, имеющего в своей структуре также ряд ссылок на некоторые разделы.

Навигация сайта состоит из шести рубрик: «Project portfolio» («Проект-портфолио»), «Operations» («Операции»), «Technology» («Технологии»), «Corporate Responsibility» («Корпоративная ответственность»), «Investors» («Инвесторам»), «About» («О Компании»). Каждая рубрика включает в себя краткое описание и список подразбук – top destinations (основные направления) – с ссылкой на конкретную страницу. Также включена колонка – you may also be interested in (вас может заинтересовать), – предлагающая переход по ссылкам на смежные темы. И раздел с загрузкой – top downloads (популярные загрузки) – актуальных для определенной рубрики документов. Каждая рубрика имеет свой слоган, выражающий ценности компании.

Так, описание к рубрике «Project portfolio»: «Through technology and innovation, we're executing major capital projects designed to yield decades of energy» переводится на русский язык как: «Благодаря технологиям и

инновациям мы выполняем масштабные проекты, рассчитанные на десятилетия энергии». В рубрику входят подрубрики: «Overview» («Обзор»), «Gorgon» («Проект «Горгона»»), «Wheatstone» («Проект «Уитстон»»), «Jack/St. Malo» («Проект «Джек/Сэнт Мало»»), «Tengiz Expansion» («Проект «Расширение Тенгиза»»), «Big Foot» («Проект «Снежный человек»»), «Mafumeira Sul» («Проект «Мафумейра Сул»»), «The Permian Basin» («Проект «Пермский бассейн»»), «Alder» («Проект «Ольха»»), «Angola LNG» («Проект «Ангола СПГ»). Слоган звучит: «Delivering energy worldwide» («Доставляем энергию по всему миру»).

Вторая рубрика «Operations» описана как: «We're working together to provide energy that drives human progress» («Мы работаем вместе, чтобы обеспечить человечество энергией, движущей к прогрессу»), – и включает такие подрубрики, как: «Overview» («Обзор»), «Exploration&Production» («Разведка и производство»), «Refining» («Переработка»), «Transportation» («Транспортировка»), «Supply&Trading» («Поставка и торговля»), «Products&Services» («Продукция и услуги»), «Lubricants» («Смазочные материалы»), «Power» («Наша мощь»), «Chemicals&Additives» («Химикаты и добавки»). Слоган гласит: «Driving human progress» («Движем человеческим прогрессом»).

Текст описания следующей рубрики «Technology» сообщает: «Differentiating our performance through innovation» («Дифференцирование нашей работы посредством инноваций»). Сама рубрика состоит из подрубрик: «Overview» («Обзор»), «Innovation Runs Deep» («Инновационные разработки»), «Managing Our Assets» («Управление нашими активами»), «Drilling» («Бурение»), «Enhanced Oil Recovery» («Усовершенствованная система добычи нефти»), «Economics of Innovation» («Экономика инноваций»). Слоган выражен как: «Creating innovative solutions» («Создаем инновационные решения»).

Описание рубрики «Corporate Responsibility» заключается в тексте: «We strive to operate safely, protect our workers and deal ethically with our

stockholders, our partners and the public», что переводится на русский язык как: «Мы стремимся действовать безопасно, защищать своих работников и сотрудничать с нашими акционерами, партнерами и общественностью в рамках этических норм». Рубрика делится на следующие разделы: «Overview» («Обзор»), «Creating Prosperity» («Условия для развития»), «People» («Люди»), «Environment» («Окружающая среда»), «Climate Change» («Изменение климата»), «Corporate Responsibility Reporting» («Отчетность по корпоративной ответственности»), «Industry-Specific Reporting» («Отраслевая отчетность»). Слоган рубрики звучит как: «Helping communities succeed» («Помогаем обществу в достижении успеха»).

Рубрика «Investors» представлена текстом: «Producing strong results by empowering people» («Добиваемся результатов путем расширения прав и возможностей людей»). В данной рубрике содержатся такие подрубрики, как: «Overview» («Обзор»), «Events&Presentations» («События и Презентации»), «Press Releases» («Пресс-релизы»), «Corporate Governance» («Корпоративное управление»), «Stockholder Services» («Услуги для акционеров»), «Stock Information» («Информация по акциям»), «Financial Information» («Информация по финансам»), «Archives» («Архив»). Слоган рубрики гласит: «Delivering strong results» («Привносим значительные результаты»).

Завершающая рубрика «About» описывается как: «We're one of the world's leading integrated energy companies producing safe, reliable energy now and for the future» («Мы являемся одной из ведущих в мире интегрированных энергетических компаний, производящих безопасную, надежную энергию в настоящем и в будущем»). В эту рубрику включены подрубрики: «Overview» («Обзор»), «The Chevron Way» («Путь компании»), «Operational Excellence» («Постоянное совершенствование»), «Leadership» («Руководство»), «Culture» («Культура компании»), «History» («История»), «Media» («Медиа»), «Stories» («События»). Слоган рубрики сообщает: «Producing energy responsibly» («Ответственно подходим к производству энергии»).

Основное пространство главной страницы сайта компании «Chevron Corporation» занимают блок-ссылки, содержащие информацию по самым масштабным проектам и основным целям и задачам, а также новостной блок, посвященный статьям и репортажам о деятельности компании и работе ее руководителей.

Под новостной лентой разместились разделы, включенные в меню сайта: «Home» («*Домашняя страница*» (домашняя страница (главная страница) – самая первая страница, которая появляется при заходе на сайт [53])), «Media» («*Медиа*»), «Careers» («*Карьера*»), «Chevron Stations» («*Размещение Chevron*» (Chevron's three premium brands – Chevron[®], Texaco[®] and Caltex[®] – hold top positions in their markets around the world (русск. *Компания Chevron Corporation имеет три премиум-бренда – Chevron[®], Texaco[®] and Caltex[®], – входящих в топ-список компаний в области энергетики) [54])), «Texaco Stations» («*Размещение Texaco*»), «Credit Cards/Bill Pay» («*Кредитные карты/Оплата счетов*»), «Worldwide» («*В мире*»).*

Некоторые разделы включают в себя подразделы. Например, «Media» – «Resources» («*Средства связи*»), «Inquiries» («*Вопросы*»), «Press releases» («*Пресс-релизы*»), «All news» («*Все новости*»); «Customers» («*Покупатели*») – «Chevron stations», «Credit cards/bill pay», «Lubricants», «Texaco stations»; «Careers» – «Find a job» («*Найти работу*»), «Meet our people» («*Знакомство с нашими людьми*»), «Recruiting events» («*Рекрутинг*»), «Students and recent graduates» («*Студенты и выпускники*»); «Worldwide»–«Australia» («*Австралия*»), «China» («*Китай*»), «Indonesia» («*Индонезия*»), «Worldwide index» («*Всемирный индекс*»).

Сайт завершают ссылки на социальные сети, такие как: Фейсбук, Твиттер, Ютьюб и ЛинкедИн.

2.3 Сравнение способов лексической репрезентации нефтегазовой тематики на русском и английском языках

В ходе анализа способов лексической репрезентации нефтегазовой тематики на материале сайтов российских и американских энергетических корпораций: «Газпром», «РОСНЕФТЬ», «ЛУКОЙЛ», «ExxonMobil Corporation», «ConocoPhillips», «Chevron Corporation», главным образом, мы обращались к наименованиям составляющих элементов и заголовкам ссылок.

Заголовок играет огромную роль для привлечения внимания читателей. Он служит первым сигналом, побуждающим прочитать материал. Можно предположить, что заголовок в структуре текста играет самую важную роль: если заголовок не привлечет внимание читателя, например, статья может остаться непрочитанной, несмотря на все ее захватывающее содержание. Содержательную статью с плохим заголовком не замечают, в то время как любая посредственная статья может стать объектом чтения благодаря своему яркому заголовку. Именно на заголовок читатель обращает внимание в первую очередь [55, с. 108].

С увеличением темпа жизни современное общество очень трепетно относится к затратам своего свободного времени. Ежедневно человек получает такой объем информации, какой не получал за всю свою жизнь в еще недалеком прошлом. Так, во время просмотра новостной ленты важную роль при выборе какой-либо статьи, публикации, отчета и др. играет их название. Это небольшое сообщение способно моментально исключить лишний поток информации. В результате, главными критериями при отборе информации становятся четкость, краткость и емкость сообщения.

Как упоминалось выше в данной работе, крупнейший информационный поток исходит из такого всемирного явления, как Интернет. Всемирную паутину – Интернет – составляют все сайты в совокупности. Если обратиться к истории веб-сайта, то можно обнаружить, что сайт, фактически, начинается именно с текста. Изначально сайты являлись просто текстом. Практически любой текст, относящийся к литературному, научному, публицистическому и т.п. произведению, имеет название. Заглавие является своего рода предтекстом, выполняющим целый

ряд функций. Эксплицитная, ясная формулировка содержания названия предоставляет возможность читателю прогнозировать содержание текста.

Именованье статей, текстов и др., как правило, дает приоритет такому их названию, которое для большинства читателей является наиболее узнаваемым. А название ссылок на такие статьи должно быть простым и интуитивным.

В данной работе ссылка является ключевым элементом каждого рассмотренного нами веб-сайта. Названия всех ссылок в очень четкой, краткой и емкой форме репрезентируют «адресату» определенную информацию.

Наблюдение в ходе работы также показало, что все ссылки объединены в тематические группы ссылок. Так, нами было выявлено несколько основных таких тематических групп: «сфера деятельности», «экономическая политика», «экология/устойчивое развитие», «общественная деятельность», «компания», «СМИ». Ниже представлена таблица с лексическими примерами к каждой группе:

Таблица 1 – Основные тематические группы русскоязычных и англоязычных энергетических сайтов

Сайты Тематическая группа	Русскоязычные сайты	Англоязычные сайты
	Производство Дочерние компании Газификация Газомоторное топливо Энергосбережение Проект Запасы газа и нефти	Energy Technology Natural gas Oil Development Outlook Transportation

<p>Сфера деятельности</p>	<p>Нефтедобыча Газодобыча Транспортировка Производственная безопасность Геологоразведка Ресурсы Разработка Шельф Бурение Нефтепереработка Нефтехимия Энергетика Технологии Трубопроводы</p>	<p>Power generation Biofuels Innovating solutions Carbon capture Energy efficiency Deepwater drilling Liquefied natural gas Hydraulic fracturing Vehicle technologies Explorations Cogeneration Productions Gas processing Seismic imaging Advanced motor oils Advanced plastics Oil sands Reservoir Engineering Pipelines Drilling</p>
<p>Экономическая политика</p>	<p>Маркетинг Акции Акционеры Дивиденды Инвесторы Кредиторы Закупки Импортозамещение Мошенничество</p>	<p>Investors Business lines Energy policy Deposit Global energy trade Political involvement Global energy commerce Trade</p>

	<p>Коррупция Офисы продаж Сбыт Рынок Реализация Безопасность Тендеры Облигации Депозит</p>	<p>Trade agreements Competitiveness Doing Business With Us Vendor Relations Supply Chain Suppliers Payments Shareholder Services Customers</p>
<p>Экология/устойчивое развитие</p>	<p>Система экологического менеджмента Поддержка экологических проектов Устойчивое развитие Экология Окружающая среда Ответственность Безопасность</p>	<p>Environment Safety Greenhouse gas Accountability Climate Water Reducing emissions Water framework Emergency preparedness Environmental performance Spill prevention Air emissions reductions Ecosystem services Freshwater management Malaria</p>

		Economic development Climate Change
Общественная деятельность	Культур Искусство Спорт Поддержка социально- незащищенных слоев населения Профсоюз Социальная политика Наука Инновации Ответственность Взаимодействие	Community University collaborations Accountability Emergency preparedness Human rights Socioeconomics Women's economic opportunity Respecting rights Teachers Academy Partners Indigenous peoples Cultural heritage Investing in women
Компания	Контакты История Компании Карьера в компании Кадровая политика Образование Профессиональные стандарты Корпоративное управление Перспективы развития Совет директоров	Careers Company Downloads Corporate governance Feedback Successes Partners About us Guiding principles History Management

	Безопасность Работодатель Вакансии Консультационный центр Молодежь Юридическая информация Ценные бумаги	Safety and health <u>Customer support</u> Corporate governance Corporate officers Ethics Speeches Leadership Job Research Company Reports
СМИ	Пресс-конференции Фоторепортажи Форум Выставки Социальная сеть Корпоративные СМИ Видеоматериалы Фотогалерея Ключевые события Новости Пресс-релиз	Current issues Videos Press releases Video Gallery Newsroom Questions & Answers Media Photo Gallery News

В процессе анализа данных таблицы мы пришли к выводу о том, что и русскоязычные, и англоязычные энергетические веб-сайты содержат лексику, представленную в виде терминологических единиц, например: *газификация, импортозамещение, устойчивое развитие и др.* – в русском языке; *liquefied natural gas, greenhouse gas, socioeconomics и др.* – в английском языке. Вся терминология, встречающаяся на сайтах, указывает на специфику работы в определенной области.

Важным стоит отметить тот факт, что основным элементом лексического состава сайтов российских компаний можно назвать

интернационализмы (например, *ресурсы, газ, моторный, экология, экономика, конференция, инновации галерея, компания, вакансии и др.*), главным образом заимствованные из английского языка.

Сравнивая представленные в таблице лексические примеры, мы видим, что большое количество слов имеют сходства не только по звучанию и написанию, но и по смыслу. Рассмотрим такие слова, а также их основные значения, которые даны в русском языке Большим толковым словарем русского языка, Кэмбриджским словарем английского языка – в английском:

1) газ – gas

Большой толковый словарь русского языка

Газ – 1.Физическое состояние вещества, при котором его частицы (атомы и молекулы) движутся свободно и обладают способностью распространяться и заполнять доступное пространство; вещество, находящееся в таком состоянии.2.Газообразное топливо; такое топливо в специальных баллонах.3.Нагревательный, осветительный и т.п. прибор, устройство, потребляющее такое топливо.

Cambridge Dictionary (Кэмбриджский словарь английского языка)

Gas – 1.A substance in a form like air and not solid or liquid (*русск.:* Вещество в виде воздуха, не имеющего твердого или жидкого состояния (газ)).2. A liquid fuel used in cars (*русск.:* Топливо, использующееся в автомобилях и других устройствах (например, бензин)).

3.Airinyourstomachthatmakesyoufeeluncomfortableandsometimesmakesnoises (*русск.:* Воздух в желудке, предоставляющий дискомфорт и издающий звуки(газы)).

В данной паре слов исходное значение одинаковое, что облегчает процесс восприятия как со стороны носителя русского языка, так и – английского.

2) технология – technology

Большой толковый словарь русского языка

Технология – 1.Совокупность методов, процессов и средств, используемых при производстве, изготовлении чего-либо.
2.Совокупность знаний о способах обработки материалов, изделий и методах осуществления каких-л. производственных процессов.

Cambridge Dictionary (Кэмбриджский словарь английского языка)

Technology – 1.Knowledge, equipment, and methods that are used in science and industry (*русск.:* Знания, оборудование и методы, используемые в науке и промышленности (технология)).

В этой паре слов в русском языке понятие разграничивается на отдельные пункты, первый из которых несет прикладной характер, а второй заключается в совокупности знаний, в то время как в английском языке эти понятия объединены в единое определение.

3) энергия – energy

Большой толковый словарь русского языка

Энергия – 1.Одно из главных свойств материи – количественная мера движения и взаимодействия материальных тел (имеет различные формы: механическую, тепловую, электромагнитную, ядерную и др.). 2. Способность какого-либо тела, вещества и т.п. производить какую-либо работу или быть источником той силы, которая может производить работу. 3.Способность активно, настойчиво действовать, трудиться и т.п.; деятельная сила человека.

Cambridge Dictionary (Кэмбриджский словарь английского языка)

Energy– 1.The power and ability to be very active without becoming tired (*русск.:* Сила, способность находиться в активном, не чувствуя усталости (энергия, сила)). 2. The power that comes from electricity, gas, etc. (*русск.:* Мощность, поступающая от электричества, газа и т. д. (энергия)).

В данной паре слов имеющее прямое отношение к сайтам значение лексемы «энергия» в русском языке стоит на первом месте в словаре. В английском – это место уделено качеству живого организма, и только во вторую очередь рассматривается как «энергия» в области точных наук и техники.

4) проект – project

Большой толковый словарь русского языка

Проект – 1.Разработанный план сооружения, постройки, изготовления или реконструкции чего-либо. 2.Предварительный, предположительный текст какого-либо документа. 3.Самостоятельная деятельность, осуществляемая с целью получения личной выгоды, дохода.

Cambridge Dictionary (Кэмбриджский словарь английского языка)

Project – 1.A carefully planned piece of work that has a particular purpose (*русск.:* Тщательно спланированная работа, имеющая особую цель (план, проект)). 2. A piece of school work that involves detailed study of a subject (*русск.:* Часть школьной работы, которая включает детальное изучение предмета (проектное задание)).

В этой лексической паре место значения слов совпадают, что делает слова универсальными в обоих языках.

5) ресурс – resource

Большой толковый словарь русского языка

Ресурс – 1.Запасы, средства, которые используются при необходимости. 2.Предполагаемая продолжительность эксплуатации машины, механизма или отдельной детали.

Cambridge Dictionary (Кэмбриджский словарь английского языка)

Resource – 1.Something that a country, person, or organization has that they can use (*русск.:* То, что находится в распоряжении страны, человека или организации имеют, и что они могут использовать (ресурсы)).

Основное значение данной пары слов имеет общий смысл, благодаря чему у обеих разноязычных сторон не должно возникнуть недопонимания в процессе коммуникации.

К этой же группе слов, имеющих схожую звуковую оформленность, а также аналогичное значение (значения, если слово многозначное, представленные в каждом языке в определенном порядке по степени употребления и значимости), мы можем отнести такие пары слов, как: бизнес – *business*, политический – *political*, климат – *climate*, экология – *ecology*, культура – *culture*, университет – *university*, карьера – *career*, этика – *ethics* и др.

Причиной такого огромного количества сходств в лексике английского и русского языков может являться большой приток в последний английских слов. Большинство общих русских и английских слов имеет общие греческое или латинское происхождение. Поскольку в средние века латынь была интернациональным языком ученых, то во все европейские языки из нее перешло множество слов, со временем ставшие международными.

Существенное количество слов в русском и английском языке имеет также сходные черты благодаря общему корню либо случайному совпадению по форме, но не всегда эти слова могут быть тождественными по значению, например: *magazine* – журнал; *audience* – зрители, слушатели; *data* – данные, факты; *prospect* – перспектива, планы на будущее и др. Этот факт обуславливается культурной адаптацией, являющейся одним из процессов интернационализации, определенной местности к конкретному слову.

Выводы по главе 2

Рассмотрев способы лексической репрезентации российских энергетических компаний «Газпром», «РОСНЕФТЬ» и «ЛУКОЙЛ», а также американских – «ExxonMobil Corporation», «ConocoPhillips», «Chevron Corporation», мы пришли к заключению, что у сайтов наблюдается больше

сходств, чем различий, которые заключаются лишь в структуризации рубрик и их составляющих.

Организация сайтов и способ подачи информации имеют одинаковые черты благодаря общим целям и деятельности компаний: разведка, добыча, переработка ресурсов и, как итог, сбыт готовых продуктов. Этот факт, а также большой объем информации, адресованной инвесторам и акционерам, репрезентируют лицевой аудитории – получателю сообщения – свою заинтересованность в доходах и поиске новых клиентов.

Особое внимание компании уделяют защите, заботе и сохранению окружающей среды, ведя активную экологическую политику и следуя идее устойчивого развития.

Значительную роль энергетические гиганты играют и в социальной деятельности, участвуя в благотворительных кампаниях, внося свой вклад в развитие культуры, спорта и образования и организуя другие общественные проекты для улучшения жизни малоимущих семей и инвалидов.

Все три компании имеют постоянное взаимодействие со своей публикой благодаря активному пользованию социальных сетей, таких как Фейсбук, Твиттер, ВКонтакте, Инстаграм, Ютьюб. Данный факт указывает на то, что каждая компания заинтересована в постоянной поддержке и участии людей, главным образом для которых и направлена специфика их деятельности.

Заключение

Роль Интернета в современном мире безусловно велика. За свое недолгое по историческим меркам существование вторжение Всемирной сети в жизнь практически каждого человека стало ошеломляющим событием.

Главное преимущество, которое Интернет принес человеку, – это мгновенный обмен информацией. Нельзя не отметить и то, что возникновение Всемирной паутины и ее широкое распространение послужило стиранию границ между государствами, давшему начало пути человечества к глобализации.

В процессе возникает новое явление: интернет-дискурс – сложная текстовая структура, определённая специфической ситуацией вступления в языковой контакт посредством компьютера в сети Интернет как пользователей друг с другом, так и пользователей с текстами и сообщениями любого типа, представленными в дискурсивном интернет-пространстве.

В соответствии с целями и функциями интернет-дискурса, а также стратегиями и технологиями речевого поведения сформировались и новые жанры.

Особый интерес у лингвистов вызывают разговорные сетевые жанры, поскольку именно в них отражается все своеобразие языка Интернета.

В интернет-дискурсе функционируют собственные жанры, в которых реализуются как общие, так и индивидуальные свойства, характерные исключительно для данного типа дискурса.

Лексика Интернета обладает чертами как письменной, так и устной разновидности языка; сохраняет в себе некоторые черты технического жаргона, но также наполнена общеупотребительной лексикой, формируется по принципам образования неформальной лексики. Это в некоторой мере обусловлено спецификой использования данной лексики, а также социокультурными факторами ее возникновения и распространения.

Виртуальный дискурс обладает рядом неязыковых, знаковых средств, которые наряду с вербальной составляющей способны оказывать речевое

воздействие. К экстралингвистическим компонентам интернет-дискурса относятся графические изображения, пиктограммы, виджеты, аудио- и видеофайлы.

Интернет как среда и как инструмент предназначен для массового человеческого общения. Появление Интернета стало переломным моментом в истории коммуникации и явилось естественным шагом в условиях человеческой потребности в общении.

Появление электронных денег, электронных способов их заработка и траты все больше вынуждает современный бизнес переместиться в интернет-пространство. Крупную корпорацию уже невозможно представить без многоуровневого и хорошо организованного управляющего сайта, какой и находится в распоряжении каждой энергетической компании, специфика выражения лексической репрезентации которых послужила целью исследования данной работы.

Результат исследования показал, что анализ заглавий ссылок, рубрик, разделов, слайдеров и т.д., дающих представление о содержании этих структур, позволил выявить основные тематические группы этих элементов, репрезентирующих определенный информационный блок.

В ходе сравнения тематических групп обоих языков были выявлены основные лексические единицы – термины и интернационализмы. Это указывает на стремление современной науки, промышленности и экономики к семантической унификации систем терминов одной и той же области в разных языках и к использованию интернационализмов в терминологии, что в свою очередь связано с усилением глобализации социально-экономических процессов и отношений, научно-техническим прогрессом, а также ростом международного научного и культурного обмена.

Список публикаций студента

1. Мительштет Ю.А. Интернет-дискурс как явление в компьютерной коммуникации // Современные научные исследования и инновации. 2017. № 5 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2017/05/82278>

2. Мительштет Ю.А., Филиппова Е.М. Способы выражения лексических репрезентаций в нефтегазовой тематике на материале сайтов российских и американских энергетических компаний // Современные научные исследования и инновации. 2017. № 5 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/?p=83229>.

Список использованной литературы

1. Землякова О.Г. Лексические особенности англоязычного интернет-дискурса: неологизмы и сленг [Электронный ресурс] // Международный научно-практический журнал. Филологический аспект. – 2006. – URL: <http://scipress.ru/philology/article/лексические-особенности-англоязычно> (дата обращения 26.05.17).
2. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 5–20.
3. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. – Москва: Советская энциклопедия, 1990. – С. 136-137
4. Дейк ван Т.А. Стратегия понимания связного текста / Кинч. В. // Новое в зарубежной лингвистике. – В. XXIII – Москва: Прогресс, 1988. – С. 153.
5. Виноградов В.В. Основные типы лексических значений слова // Избранные труды. Лексикология и лексикография. – М.: 1977. – С. 162-189.
6. Шанский Н.М. Лексикология современного русского языка. – Либроком. – 2014.
7. Бутко Е.С. Текст и дискурс: проблема дефиниции [Электронный ресурс] // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/96034.htm> (дата обращения 26.05.17)..
8. Амбросимова Л.С. Деривационные механизмы как языковое отражение основных когнитивных процессов языковой личности: к постановке проблемы // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. – 2009. – №4 – С. 121-125.
9. Бочарникова Е.А. О соотношении понятий «текст» и «дискурс» в лингвистике [Электронный ресурс] // Филологические науки. Вопросы

- теории и практики. – 2010. – URL: www.gramota.net/materials/2/2010/1-1/11.html (дата обращения 26.05.17)..
10. Dijk van T.A. The study of discourse // Discourse as structure and process / ed. by A. Teun // Discourse studies: a multidisciplinary introduction. – London, 1997. Vol. 1. – P. 34.
 11. Массальская Ю. В. Понятие дискурса в языкознании [Электронный ресурс] // Научная электронная библиотека (дата обращения 26.05.17).
 12. Плотникова С.Н. Технологизация дискурса: процесс и результат // Вестник ИГЛУ. – 2010. – №4. – С. 132.
 13. Степанов, Ю.С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца XX века. –1995. – С.35–73
 14. Слюсарева, Н.А. Функции языка//Лингвистический энциклопедический словарь. –1990. –С. 564-565.
 15. Аврамова А.Г. Лингвистические особенности электронного общения [Электронный ресурс] // Электронная библиотека диссертаций – Москва, 2005. – URL: <http://dlib.rsl.ru/01002770860> (дата обращения 26.05.17)..
 16. Смирнов Ф.О. Национально-культурные особенности электронной коммуникации на английском и русском языках [Электронный ресурс] // Электронная библиотека диссертаций. – Ярославль, 2004. – URL: <http://dlib.rsl.ru/01002733928> (дата обращения 26.05.17)..
 17. Галичкина Е.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций) [Электронный ресурс] // Электронная библиотека диссертаций. – Астрахань, 2001. – URL: <http://dlib.rsl.ru/01002278056> (дата обращения 26.05.17)..
 18. Зленко А.Л., Мовчан И.Н. Методы контент-анализа материалов в сети интернет с целью противодействия киберэкстремизму [Электронный ресурс] // Информационная безопасность и вопросы профилактики

- киберэкстремизма среди молодёжи. – Магнитогорск, 2015. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24994889> (дата обращения 26.05.17)..
19. Распопина Е.Ю. Дифференциальные и жанровые особенности компьютерного интернет-дискурса // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – Иркутск, 2010. – №1 (9) – С.13-15.
20. Сытникова Т.А. Сущность и специфика компьютерного дискурса как объекта лингвистического исследования // Вестник ИГЛУ. – 2008. – №3. – С. 142-149.
21. Ушаков А.А. Интернет-дискурс как особый тип речи [Электронный ресурс] // Вестник Адыгейского государственного университета. – 2010. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/internet-diskurs-kak-osobyu-tip-rechi-retsenzirovana> (дата обращения 26.05.17)..
22. Тырыгина, В.А. К когнитивному основанию жанра // Вестник МГЛУ. – 2008. – №555. – С. 167–170
23. Щипицина Л.Ю. Понятие жанра компьютерно-опосредованной коммуникации // Вестник Поморского университета. – 2009. – № 3. – С. 68-74.
24. Кравченко, А.В. Когнитивный горизонт языкознания. – Иркутск: БГУЭП, 2008. – С. 91.
25. Овчарова, К.В. Компьютерные чаты в Интернет-коммуникации: содержание и особенности функционирования [Электронный ресурс] // Электронная библиотека диссертаций. – Краснодар, 2008. – URL: <http://dlib.rsl.ru/01002733928> (дата обращения 26.05.17)..
26. Тагильцева Ю.Р. Субъективная модальность и тональность в политическом интернет-дискурсе // Диссертация на соискание уч. ст. фил. наук. – Екатеринбург, 2006.
27. Бахтин, М.М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – С. 424.

- 28.Иванов Л.Ю. Язык Интернета: заметки лингвиста [Электронный ресурс] – 2000. – URL: <http://www.twirpx.com/file/751186/> (дата обращения 26.05.17)..
- 29.Quasthoff, U. Kommunikative Normen im Entstehen: Beobachtungen zu Kontextualisierungsprozessen in elektronischer Kommunikation//Sprachwandel durch Computer. – Opladen, 1997. – S. 23-50.
- 30.Naase, M. et. al. Internetkommunikation und Sprachwandel//Sprachwandel durch Computer. – Opladen, 1997. – S. 51-85.
- 31.Русский язык в интернете: личность, общество, коммуникация, культура [Электронный ресурс] // Сборник статей I Международной научно-практической конференции. – Москва: РУДН. – 2017. – URL: <http://ropryal.ru/wp-content/uploads/2017/02/rus-lang-inet.pdf> (дата обращения 26.05.17)..
- 32.Асмус Н.Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства [Электронный ресурс] // Диссертация на соискание уч. ст. фил. наук. – Челябинск, 2005 – URL: <http://www.lib.csu.ru/texts/diss/002689.pdf> (дата обращения 26.05.17)..
- 33.Комапанцева Л.Ф. Дискурс-анализ украинского политического интернета (гендерный аспект) // Актуальные проблемы теории коммуникации. – СПб, 2004. – С. 112-134.
- 34.Валиахметова Д.Р, Справочная система учебных словарей. – Казань, 1992.
- 35.Северина Е.А. Жанры коммуникации в интернет-среде [Электронный ресурс] // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – Москва, 2013. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/zhanry-kommunikatsii-v-internet-srede> (дата обращения 26.05.17)..
- 36.Слюсарева,Н.А. Функции языка//Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С. 564-565.

- 37.Литневская Е.И Письменные формы русской разговорной речи (к постановке проблемы) [Электронный ресурс] // МАКС Пресс. – Москва, 2011. – URL: <http://www.philol.msu.ru/~ruslang/pdfs/Litnevskaya-E.I.2011.pdf> (дата обращения 26.05.17)..
- 38.Чабаненко М.Г. Молодежный дискурс как реализация типовой и индивидуальной языковой личности. – Кемерово, 2007. – С. 21.
- 39.Crystal, D. Language and the Internet. – N.Y.: Cambridge Univ. Press, 2006. – 2nd edition.
- 40.Свободная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс] // Статья «Слово». – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Слово> (дата обращения 26.05.17)..
- 41.Шанский Н.М., Иванов В.В. Современный русский язык // Учебник для студентов педагогических институтов по спец. № 2101 «Русский язык и литература». – М.: Просвещение,1987. – С. 192.
- 42.Свободная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс] // Статья «Лексическое значение». – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Лексическое_значение
- 43.Свободная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс] // Статья «Репрезентация». – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Репрезентация> (дата обращения 26.05.17).
- 44.Etkon.ru [Электронный ресурс] // Роль ТЭК для социально-экономического развития России. – URL: <http://etkon.ru/role-tek-dlya-socialeno-ekonomicheskogo-razvitiya-rossii.html> (дата обращения 26.05.17).
- 45.Свободная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс] // Статья «Интернет». – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет> (дата обращения 26.05.17).
- 46.Свободная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс] // Статья «Устойчивое развитие». – URL:

- https://ru.wikipedia.org/wiki/Устойчивое_развитие (дата обращения 26.05.17).
47. Lif.org.ua [Электронный ресурс] // Статья «Слайдер». – URL: http://lif.org.ua/pages/content/elements_sites.php (дата обращения 26.05.17).
48. Chto-eto-takoe.ru [Электронный ресурс] // Статья «Виджет». – URL: <https://chto-eto-takoe.ru/widget> (дата обращения 26.05.17).
49. Свободная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс] // Статья «Биологическое разнообразие». – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Биологическое_разнообразие (дата обращения 26.05.17).
50. Свободная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс] // Статья «Global Reporting Initiative». – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Global_Reporting_Initiative (дата обращения 26.05.17).
51. Электронный словарь Multitran [Электронный ресурс] // ИРИЕСА (дата обращения 26.05.17).
52. Свободная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс] // Статья «Нью-Йоркская фондовая биржа». – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Нью-Йоркская_фондовая_биржа (дата обращения 26.05.17).
53. Свободная энциклопедия Википедия [Электронный ресурс] // Статья «Главная страница». – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Главная_страница (дата обращения 26.05.17).
54. Официальный веб-сайт компании Chevron Corporation [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.chevron.com/> (дата обращения 26.05.17).
55. Стам И.С. Газетный заголовок: соотношение логического и эмоционального в свете социальной психологии (на материале

центральных газет) // Вопросы стилистики. – Вып. 18. – Саратов:
Саратовский университет. – 1982. – 168 с.