

(Заря, 24.09.2022); «День живой археологии пройдет 19 августа в Беловежской пуще. Посетителям покажут быт народов, которые в прошлом жили в Беловежской пуще. Запланированы экскурсия с историческим интерактивом, реконструкция боя раннего Средневековья, можно будет испытать свою меткость в стрельбе из лука. Будут проведены мастер-классы по древним ремеслам и промыслам» (ВБ, 15.08.2023).

Ключевую роль в языковой реализации самопрезентации в данном случае играют единицы с семантическим компонентом «новации и интерактивность» – имена существительные: *интерактив, мастер-класс, проект, инициатива, визитная карточка*; имена прилагательные: *эколого-этнографический, выставочный, уникальный, самобытный*; глаголы: *внедряют, будут проведены, покажут, презентуют*. Все анализируемые нами мероприятия событийного маркетинга получают дополнительную «невербальную семантику» – мультимедийное освещение в соцмедиа (Twitter, Facebook, YouTube, Telegram, Вконтакте).

Таким образом, становится очевидным, что региональные ивенты являются эффективными формами коммуникации с внутренними и внешними аудиториями. Планирование и организация событий в рамках стратегий развития Брестского региона позволяет решить сразу несколько задач, включая модернизацию инфраструктуры, продвижение на региональном, национальном уровне и, как следствие, привлечение туристов и инвесторов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Важенина И. С. Концептуальные основы формирования имиджа и репутации территории в конкурентной среде : автореф. Дисс. ... д-ра. Эконом. Наук : 08.00.05. Екатеринбург, 2008. 42 с.
2. Романова Т. П. Ивентоним как рекламно-информативный тип имени собственного // Вопросы ономастики. 2020. Т. 17. № 2. С. 220–240.
3. Терских М. В., Струкчинская М. Е. Специальные мероприятия как инструмент формирования имиджа территории (на примере г. Омска) // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. 2015. №2. С. 19-30.

О. В. Казимилова
г. Витебск

ЯЗЫКОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ ТЕНДЕНЦИЗНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИХ МЕДИАТЕКСТАХ

Abstract. *The article deals with linguistic mechanisms of tendentious representation of events in the English-language media space, which are used to inspire certain ideas to the recipient and influence his higher senses. Linguistic tools of tendentious presentation of the material in information and analytical media texts, determined by the pragmatic goal of the media text and communicative aims of the addresser are established.*

Key words: *media discourse, tendentiousness, argumentative tendentiousness, communicative aim of the addresser, linguistic tools of tendentiousness.*

В современном информационном обществе наблюдается тенденциозность представления действительности, следствием которой зачастую является нарушение одного из ключевых принципов коммуникации – качества информации. Подобная тенденция объясняется природой средств массовой коммуникации, в основе которых заложено умело завуалированное манипулирование общественным сознанием. Тенденциозность тесно связана с прагматическим фокусом как актом выбора объектов, свойств объектов, угла их рассмотрения [2, с. 31]. В массовой коммуникации он обусловлен конкретными задачами коммуникации, коммуникативной установкой говорящего.

Будучи отличительной чертой медийного дискурса, тенденциозность как «необъективность, предвзятость» [1] в подаче информации заключается в пристрастном освещении событий, снижении аналитической деятельности и, наконец, конструировании идей и образов, представленных как существенных и достоверных. С этих позиций в основе тенденциозности лежит введение в заблуждение, иллюзия, сокрытие и сознательное изменение определенных явлений действительности.

Цель работы заключается в выявлении лингвистических механизмов тенденциозного отображения событий в медийном тексте, применяемых для внушения реципиенту тех или иных представлений, а также оказания определенного воздействия на его эмоциональную и интеллектуальную сферы. Материалом исследования послужили информационно-аналитические тексты, отобранные из цифровых англоязычных журналов «The New Yorker», «Time», «The Newsweek», «The Spectator», «The New Statesman» за 2023 год.

Анализ практического материала показывает, что одним из наиболее широко употребляемых языковых механизмов тенденциозности является номинализация, представляющая собой сильное приуменьшение сложности явлений: *The **blackout** marks a **setback** in efforts to **power restoration** to Puerto Rico, five months after Hurricane Maria wreaked widespread **devastation** and led to the longest **blackout** in U.S. history* (Time, 12.09.2023). События лингвистически изображены таким образом, что в фокусе находятся не определенные люди с их требованиями и указаниями, а абстрактные концепты, являющиеся результатом определенной деятельности. В результате наблюдается сдвиг прагматического фокуса к действию с одновременным устранением сторон и источников процесса.

Нами также отмечено наличие безагенсных пассивных конструкций, характеризующихся присутствием объекта при отсутствии субъекта, который незначим, незнаком или его наличие считается избыточным. Следует подчеркнуть, что выбор конструкции в каждом конкретном случае подчинен сугубо прагматическим целям: *Boundaries **aren't** magically **set** and **enforced** and **adhered** to overnight – especially when you're dealing with a long history of complicated family dynamics* (Time, 10.11.2023).

В следующем примере на первый план выдвигается спорная точка зрения под видом общепринятых истин. При этом доносимое до адресата мнение говорящего приобретает статус объективного знания, разделяемого социумом: *But the disciplinary actions **are** best **understood** as acts of desperation from institutions that have lost much of their power to shape public opinion* (The New Yorker, 10.11.2023).

Выявлены случаи употребления страдательного залога в определенных контекстах, которые репрезентируют элементы намеренного вуалирования истины. Как и в случае с номинализациями, именно контекст обуславливает интерпретацию залога: *Every errantly tweeted headline, every questionable bit of phrasing, and every possible bias in its reporting is dissected and then disseminated as proof of everything that's wrong about the press* (The New Yorker, 12.11.2023).

При анализе медиатекстов обращает на себя внимание тот факт, что безагенсный пассив служит излюбленным приемом языка государственных служащих. Он придает их языку авторитетность, тональность и беспристрастность: *"Austin's attraction is here to stay", Chenevert said, adding that there is "still much work that needs to be done to address the challenge of housing Austin's rapidly growing population"* (Newsweek, 14.11.2023).

Материал свидетельствует о том, что безагенсный пассив допускает множественность интерпретаций, не соответствующую реальному положению дел. Применение этой конструкции наряду с опущенным перформативным выражением типа *I assume, as analysts informed me, to my mind* способствует категоричности и неопровержимости утверждения: *The cultural Marxist poison must be purged from our universities...* (Newsweek, 07.11.2023).

Событие в подобных высказываниях подается как отраженное в чьей-либо реальности: не идентифицируя субъект, автор демонстрирует его нерелевантность, а также распространенность высказываемого мнения. В то же время он стремится снять с себя ответственность за сообщение, что прагматически существенно: *There is much less consensus on how exactly its harmful use is defined, and whether or not there's a corresponding beneficial way to use social media* (The New Statesman, 09.11.2023). Полагаем, что частое употребление безагенсных пассивных конструкций в англоязычных медиатекстах можно рассматривать как фактор обезличивания языка журналистики.

Для информационно-аналитических медиатекстов в наибольшей степени характерно аннулирование определенных позиций, а именно, опущение экспериенцера при глаголе *seem*: *Follow Celeb Face for a month, and this constant perfecting process begins to seem both mundane and pathological* (The New Yorker, 02.10.2023). Приписывая неопределенному экспериенцеру некоторое мнение, автор избирает безболезненный прием аргументации, цель которого – навязывание собственной позиции на то или иное событие.

В свете тенденциозности для достижения коммуникативной цели и реализации прагматического назначения медиатекста говорящий прибегает к переносному употреблению грамматических форм времени в контекстно-обусловленном значении. Например, в отдельных случаях говорящим применяется настоящее индифинитное время вместо прошедшего индифинитного. Установлено, что настоящее индифинитное время в медиатекстах обладает более сильным воздействующим эффектом, чем прошедшее или будущее индифинитное: *This was an optimistic way of looking at the situation. I told Smith that I couldn't shake the feeling that technology rewrites our bodies to correspond to its own interests – rearranging our faces according to whatever increases engagement and likes* (The New Yorker, 03.10.2023). В данном случае переносное употребление настоящего времени, выраженного формой настоящего индифинитного, превращает реципиента в синхронного наблюдателя, что создает эффект сопереживания.

При транспонированном употреблении временных форм происходит смещение акцентов, фокусировка определенных событий и выдвижение их на первый план. Фокусировка обусловлена прагматической установкой говорящего передать реципиенту собственную модель действительности и оказать влияние на отношение к ней последнего. В этой связи фокусировка характеризуется определенной степенью манипулирования истиной в угоду говорящему. Акцентуация определенных событий представляет собой косвенную, субъективную оценку автором действительности, которая предлагается читателю без каких-либо оговорок и пояснений. Таким образом, анализ материала позволяет рассматривать транспозицию временных форм как экспликацию прагматики говорящего.

Следует отметить, что тенденциозность, реализующаяся на разных уровнях языковой системы, может рассматриваться как один из аспектов учения об аргументации. Вышесказанное позволяет говорить об аргументативной тенденциозности, служащей цели убедить получателя принять модель мира, предложенную говорящим. Показательны в этом плане механизмы уклонения от обязанностей доказывания, формулирования точки зрения в неопровержимой форме, не требующей доказательств: *Social media platforms know the harm they do to adolescents. **The adolescent** spends huge portions of his days in front of a screen* (Newsweek, 05.11.2023). Генерализации точки зрения, представленной в высказывании, способствует употребление генерализованной формы единственного числа *the adolescent* вместо возможного употребления формы множественного числа существительного *adolescent (-s)* с одним из возможных квантификаторов типа *all, most, some* и др. *The adolescent* представляет собой обобщенный концепт, не имеющий реального аналога в действительности, который может быть оценен и оспорен.

Помимо нереферентного употребления формы единственного числа, аргументативная тенденциозность обнаруживается в опущении перформативных выражений типа *I think, I concede* и др., а также в применении интенсификаторов типа *by nature, really, essentially* в спорных высказываниях: *But **really**, small concrete, gains are as important, if not more important to our happiness than big dreams* (Time, 09.11.2023). В данном примере исключается возможность верной оценки и последующего опровержения благодаря семантике квалификатора *really*.

Выявлено, что аргументативная тенденциозность проявляется в уклонении от ясности и полноты информации о действительности: ***Experts** believe this immediate recognition can help employees feel more valued, which can improve job satisfaction and motivation* (Newsweek, 14.11.2023). Вследствие неполноты информации о действительности (*all/some experts?*) в подобных высказываниях возникает неопределенность, образующая благодатную почву для множественных интерпретаций.

Одним из способов, с помощью которого можно избежать необходимости доказывать истинность своих взглядов, является создание видимости того, что эти суждения не нуждаются в доказательстве, поскольку их придерживается большинство здравомыслящих людей. Выявленные вводные конструкции *as we know it, there is no doubt, it is clear to everybody* придают спорным

высказываниям степень согласованности, например: *There is no doubt that the news is, unequivocally, a win for Harry and his co-plaintiffs, all of whom have been vocal about the invasions of privacy that the tabloid press have visited upon them* (The Spectator, 14.11.2023). Применение данных выражений с положениями, имеющими определенную долю социальной значимости, обращает их в статус прописных истин, разделяемых социумом.

Существует еще один способ, позволяющий избежать необходимости аргументировать свою точку зрения и обозначить дискуссионный вопрос. Говорящий неясно формулирует суждение, не позволяя реципиенту четко осознать спорность его соответствия действительности. Как правило, с этой целью суждение облечено в форму пресуппозиции, репрезентирующей оценочное высказывание: *Being the best generation that has ever lived, Generation Z is free from prejudice and determined to recycle* (The New Yorker, 11.11.2023). Здесь мы имеем случай «навязывания» пресуппозиции, достоверность которой нужно подтвердить. Абсолютная оценка представлена в виде априорного знания, разделяемого обществом, и на которое соответственно опирается адресант.

Рассмотрим еще один механизм, которым автор может воспользоваться в процессе создания, структурирования и трансляции сообщения. В пресуппозицию выносятся позиция отправителя, которая не является неопровержимым фактом и в действительности требует доказательств: *Being the most effective way to engage customers, email marketing will ultimately create sophisticated customer segments* (Newsweek, 12.11.2023). Этот механизм используется для того, чтобы скрыто «протащить» субъективную информацию.

Подводя итог, подчеркнем, что англоязычное медиaprостранство не свободно от элементов тенденциозности. Основной закономерностью тенденциозного освещения событий в медийных текстах является наличие широкоупотребляемых языковых механизмов, специфика которых обусловлена коммуникативно-прагматическими целями и намерениями автора сообщения. Проведенный анализ свидетельствует о том, что для информационно-аналитических медиатекстов характерно наличие имплицитных форм реализации прагматической установки, ориентированной на формирование у адресата необходимой адресанту реакции на сообщаемую информацию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Большой энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedu.ru/bigencdic/62177>. – Дата доступа: 25.10.2023.
2. Кабанова, И. Н. Лингвистические механизмы тенденциозного представления события в медийном дискурсе / И. Н. Кабанова // Вестн. Нижегород. гос. лингвист. ун-та. Им. Н. А. Добролюбова. – Н. Новгород : НГЛУ, 2017. – Вып. 39. – С. 29–38.