

УДК 811.111'42

Галина Викторовна Защитина, к. филол. н.

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия

эл. почта: g.zashchitina@linguanet.ru

Galina Viktorovna Zashchitina, Cand. of Sc. (Philology)

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia

e-mail: g.zashchitina@linguanet.ru

РОЛЬ ПРАГМАТИЧЕСКИ ОРИЕНТИРОВАННЫХ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ В КОНСТРУИРОВАНИИ И ВОСПРИЯТИИ ДИСКУРСА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ

Рассмотрены прагматически маркированные языковые средства, функционирующие в англоязычном массмедийном дискурсе. Представлены некоторые особенности их организации и дистрибуции, а также роль в преднамеренной модификации и деформации образа события.

Ключевые слова: прагматика СМИ, язык СМИ, дискурс СМИ, оценка, дезинформация

THE PRAGMATICS OF LOADED LANGUAGE AS STRUCTURAL AND COGNITIVE MEANS IN ENGLISH MASS MEDIA DISCOURSE

Mass Media expressive language means and their pragmatic aspect are analyzed. Some of their structural and distributional features, as well as their role in planned news decoding and disinformation are discussed.

Key words: mass media pragmatics, mass media language, mass media discourse, evaluation, misinformation

Несмотря на то, что сами СМИ, как и прежде, видят свою основную функцию в беспристрастной подаче информации, совершенно очевидно, что ряд таких дифференцирующих признаков медиадискурса, как информативность, традиционность, стереотипность, оценочность, переживают трансформацию и модификацию: стремясь добиться монополии на формирование общественного мнения и мировоззрения огромного количества крайне неоднородных групп адресатов, СМИ обращаются к разного рода коммуникативным и номинативным стратегиям и тактикам, которые могут варьироваться от выдвижения субъективно значимой информации до ее явного искажения. Все это в конечном итоге определяет в том числе и сам характер взаимоотношений массмедийного адресата и адресанта. При этом целью настоящего исследования, помимо вышеуказанных проблем, являлось преимущественно изучение особенностей функционирования в медиадискурсе прагматически маркированных единиц (экспрессивно окрашенных первичных и вторичных номинаций, и т. д.) как конструктивных элементов дискурса СМИ, обеспечивающих завершенность текста по отношению к заголовку, а также их коммуникативную ценность и воздействующий потенциал.

Материалом исследования выступили информационные и авторские статьи британских и американских СМИ за период 2019–2023 гг. таких медиаресурсов, как «Би-Би-Си», «Дейли Телеграф», «Дейли Мейл», «Сан», «Дейли Экспресс», «Гардиан», «Си-Эн-Эн», «Фокс Ньюс», «Нью Йорк Таймс». Определяющим критерием отбора материалов являлось присутствие прагматически заряженных номинативных единиц в заголовке и иных сильных позициях статей, позволяющих проследить их оценочный и воздействующий потенциал, а также дистрибуцию, семантические и прагматические связи данных элементов, их роль в определении характера референтной соотнесенности медиадискурса. В ряде случаев помимо когнитивно-дискурсивного и стилистического анализа маркированных единиц осуществлялся анализ непосредственной реакции потенциальных англоязычных реципиентов, что позволило сделать некоторые выводы об эффективности номинативных стратегий, предполагающих использование оценочных номинаций в их прагматической связанности и единстве с целью создания у адресата программируемого образа события.

В результате исследования возникло предположение о том, что прагматически заряженные средства в заголовке или «вводке» могут соотноситься с информацией материала статьи в целом исключительно в прагматической плоскости при отсутствии непосредственных семантических точек соприкосновения, как, например, экспрессивно заряженное сочетание *Russia's atrocities* в заголовке, то есть буквально 'совершенные Россией зверства'. Приведенная номинация сообщает исключительно выраженную отрицательную оценку, однако в самой статье заданный прагматический план указывает на явный референтный сдвиг и фактически не находит взаимодействия с чисто семантическим, поскольку маркированная единица в сильной позиции далее оказывается соотнесенной преимущественно лишь с такими повторяющимися единицами, как *the Kremlin's actions* 'действия Кремля', или *painfully high energy crisis* 'крайне тяжелый энергетический кризис', исключительно в прагматическом плане. Таким образом, оценочная лексика в заголовках может активно выступать средством введения в заблуждение и манипулирования адресатом, так как зачастую сопровождается последующим смещением смысловых акцентов.

В результате исследования было выдвинуто предположение о том, что прагматически маркированные средства в сильных позициях (в частности, в заголовке) часто способствуют смещению прагматического фокуса всего сообщения, при этом с помощью таких единиц возможна деформация новостного события, сопровождающаяся избыточной актуализацией преимущественно негативных концептов в сознании адресата.

В целом перспектива исследования прагматически ориентированных номинаций в плане их организующих и манипулятивных свойств может в значительной мере пролить свет на характер взаимодействия актантов массмедийной коммуникации и выработку новой нормы подачи информации.