

донести информацию не напрямую (указать на ошибку), развивать самостоятельность сотрудников при принятии решений, поддержать персонал в кризисные периоды, выстроить связь с внешней аудиторией и т.д.

Материалом исследования послужили истории для потребителя продукции компании SPLAT, производителя средств ухода за полостью рта, бытовой химии и детской косметики. В ходе исследования была проанализирована структура и содержание 34 писем-вкладышей в коробках зубной пасты. В результате анализа были выявлены следующие цели писем-историй: развлекательная, поучительная и маркетинговая. Проанализированные истории содержат послание (сообщение), конфликт и сюжет. Персонаж или главный герой присутствует не во всех «письмах». По тематике из 34 писем наличествуют: 6 – истории из жизни самого автора, 7 – истории о работе и бизнесе, 10 – истории о семье и детях, 11 – истории-размышления на различные социальные темы (без конкретного персонажа). В ходе анализа определено использование следующих типов историй:

- *истории-персонажи* – рассказы о построении карьеры, создании компании, случаи из жизни автора (истории из жизни самого автора, истории о работе и бизнесе);
- *истории-описание* как лучших, так и неудачных *примеров* работы, принятых решений (истории из жизни самого автора, истории о работе и бизнесе); а также
- *истории*, которые *продвигают* определенные *ценности* и *принципы* организации (истории о семье и детях, истории-размышления на различные социальные темы).

Таким образом, анализ показал, что использование сторителлинга в сфере маркетинга может эффективно продемонстрировать внешней аудитории существующие цели и культуру организации, а также общие с ней ценности, сформировать положительный имидж руководителя и, соответственно, выделить компанию среди конкурентов.

**Н. Потапенко**

## ОСОБЕННОСТИ ОСВЕЩЕНИЯ СОБЫТИЙ «ОПИУМНЫХ» ВОЙН В СМИ

Современные средства массовой информации не просто сообщают о произошедших событиях, а формируют в сознании адресата новые ценностные ориентиры, влияют на мнение, поведение и мировоззрение людей. Благодаря правильному использованию различных средств языка у прессы появляется возможность подать информацию так, чтобы навязать адресату определенную точку зрения. Особая речевая организация текста способствует возникновению заблуждений в сознании адресата, некритично воспринимающего сообщение.

В нашем исследовании мы проанализировали российские периодические газеты за период с 2016 по 2019 г., а также литературное произведение исторического жанра Г. М. Литвинцева «Молодым не ходи в Гуандун. Записки о бедствиях Опиумной войны, составленные Ли Вэньхуа, конфуцианцем».

«Опиумные» войны – ряд конфликтов, происходивших на территории цинского Китая при участии европейских стран, прежде всего Англии, в XIX веке. Одним из главных требований западных стран было расширение их торговли в Китае, в первую очередь опиумом. В результате «опиумных» войн Китай практически перестал существовать как самостоятельный субъект международных отношений, став полуколонией европейских держав

Исследуя особенности освещения событий «опиумных» войн в российских периодических и электронных изданиях, мы определили, что передаваемая в современной прессе информация не всегда бывает достоверной и полной. Активное использование различных приемов и стратегий манипулирования является их отличительной чертой. Подобным образом в российских газетах было обнаружено манипулирование уже на уровне заголовков и подзаголовков, речевые приемы искажения (навешивание ярлыков, употребление эвфемизмов, дисфемизмов, выразительных средств языка в манипулятивных целях) и селекции информации (использование неавторизованной информации, ссылки на мнение авторитетов, включение в текст цифровой информации, обращение к историческим фактам), а также использование широкого спектра визуальных составляющих (иллюстрации, карикатуры), которые еще более усиливают психологическое воздействие на адресата, затрагивая его эмоционально-чувственный базис.

Проведенный нами анализ особенностей освещения и интерпретации событий «опиумных» войн в Китае на материале литературного произведения исторического жанра показал, что советский и российский журналист, писатель Г. М. Литвинцев в своем произведении также оказывает на читателя скрытое речевое воздействие посредством использования на протяжении всего повествования дисфемизмов, манипулятивной категории «свой–чужой», а также различных выразительных средств языка, представленных эпитетами, метафорами, сравнениями, пословицами и изречениями. Экспрессивные слова и выражения препятствуют объективному восприятию информации, в результате чего и осуществляются манипуляции общественным сознанием.

## **А. Шумская**

### **ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРВЬЮ КИБЕРСПОРТИВНОЙ ТЕМАТИКИ**

Киберспорт – это командное или индивидуальное соревнование на основе видеоигр. Все киберспортивные дисциплины делятся на несколько основных классов, различаемых свойствами пространств, моделей, игровой задачей и развиваемыми игровыми навыками киберспортсменов.