

СТРУКТУРНА, ПРИКЛАДНА ТА МАТЕМАТИЧНА ЛІНГВІСТИКА

УДК 811.111:070

DOI <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.3-2/13>

Набок А. І.

Академія державної пенітенціарної служби

РИТОРИЧНИЙ РАКУРС КОМПОЗИЦІЙНОГО ВТІЛЕННЯ ЕФЕКТУ СУБ'ЄКТИВНОСТІ В АНГЛОМОВНИХ ІНТЕРНЕТ-НОВИНАХ: СТРАТЕГІЯ КОНСТРУЮВАННЯ ПСЕВДОПОДІЙ

Стаття присвячена дослідженню втілення ефекту суб'єктивності на рівні композиції англомовних Інтернет-новин, які повідомляють про останні події із життя суспільства, передаючи інформацію між дистанційованими адресантом та адресатом із залученням друкованих, аудіо-, аудіовізуальних та електронних каналів комунікації. Ефект суб'єктивності, що виникає за опосередкування повідомлення каналом зв'язку, спирається на неоднозначне, приблизне представлення подій і їх складників, а також на апеляцію до оцінок та емоцій під час побудови текстів новин як найпоширеніших видів медіа. Риторичний ракурс, що враховує переосмислення античних риторичних канонів і моделей впливу через етос, логос і пафос, просуває постулати медіариторики як науки про вплив за посередництва мас медіа, відображаючи спрямованість ЗМІ на створення в аудиторії потрібних вражень. Сферою функціонування медіариторики виявляється вивчення впливу ЗМІ за допомогою усно-електронних, друкованих і мультимодальних текстів. На матеріалі англомовних новинних текстів доведено, що під час ословеснення змісту в англомовних Інтернет-новинах формування наведених вражень не завжди відбиває реальний стан справ, створюючи ефект суб'єктивності під час розміщення змісту новинного повідомлення в структурних частинах тексту, співвідносних з античними вступом, нарацією й аргументацією. Диференціація стратегій створення ефекту суб'єктивності проводиться з опорою на семантику предикативних одиниць у блоках заголовка, вступу, головної події, фону й коментарів. Представлена в розвідці стратегія конструювання псевдоподій як план розгортання повідомлення апелює до античного етосу, пов'язаного із самопрезентацією автора, який після переосмислення в епоху медіатизації трансформувався в риторіку ефекту, що досліджує презентацію всіх наявних складників процесу комунікації. Виокремлення стратегії конструювання псевдоподій відбувається на основі аналізу заголовків і текстів англомовних Інтернет-новин з оперттям на предикати на позначення можливостей, припущення та майбутньої діяльності.

Ключові слова: англомовний новинний Інтернет-дискурс, медіариторика, суб'єктивність, структура новинного тексту, стратегія, псевдоподія.

Постановка проблеми. Формування медіариторики, яка займається вивченням впливу на адресата, і спрямованість когнітивної лінгвістики на дослідження взаємодії комунікативної й когнітивної діяльності автора виявляється в текстових ефектах, серед яких важливим є ефект суб'єктивності, пов'язаний із відображенням реальності через почуття, бажання, думки індивіда [10, с. 80].

Сучасне трактування суб'єктивності, пов'язане з еволюцією сприйняття людиною світу, полягає в розумінні неможливості об'єктивного пізнання за відсутності критеріїв достовірності, установ-

люючи «методологію сумніву» щодо наявних переконань та істин [10, с. 79–88]. Дигіталізація ЗМІ, яка призвела до переформатування журналізму, поглибила вказані ускладнення в розумінні суб'єктивної подачі інформації, висуваючи ідею, що повідомленню про події неминуче властива презентація власного розуміння ситуації та світу загалом [15, с. 427].

Сукупність усіх медіа-трансформацій, які відбуваються під час відображення соціально-політичних і комунікаційних процесів у світі, схарактеризовано терміном «медіатизація (або медіація)»

[16] як здатність ЗМІ презентувати події так, що в реципієнтів не виникає бажання їх інтерпретувати чи піддати критиці [20, с. 73]. Під медіатизацією суспільства гуманітарні науки розуміють процес його залежності від медіа, який характеризується дуальністю. З одного боку, ЗМІ інтегрувалися в діяльність інших соціальних інституцій, а з іншого – набули статусу окремої гілки влади, яка активно постулює свої ідеї [18, с. 9]. До слова, медіатизацію конфліктів розглядають як активно-перформативне втручання, здебільшого спрямоване на конструювання громадської думки в певному напрямі [18, с. 9]. Отже, отримані з медіаресурсів знання про реальність постулюються дослідниками як зміна різних точок зору і трансформація перспективи її сприйняття [13].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Нещодавні медіарозвідки пов'язують суб'єктивне інформування з колективним процесом створення новинного тексту, до якого долучаються журналісти, редактори, їхні помічники (у пресі, на радіо й телебаченні), оператори (на телебаченні), диктори (на телебаченні й радіо) та інший персонал [13, с. 33], додаючи до повідомлення власні точки зору [19, с. 69]. Подальша інтерпретація події відбувається під час надходження інформації до адресата каналами зв'язку, які для максимальної ефективності повідомлення змінюють дані, представляючи власну перспективу концептуалізації світу [19, с. 70]. Суб'єктивність у журналістському середовищі постулюється як наявність особистісних і політичних упереджень і преференцій (*bias*), котрі заважають об'єктивно повідомляти про події, знижуючи валідність інформації [26]. Упередженість має медіа ототожнюється дослідниками зі значно викривленим представленням реальності, що систематично й непропорційно надає перевагу одній стороні повідомлення над іншою ("*a significantly distorted portrayal of reality that systematically and disproportionately favors one party over the other*") [17, с. 130]. Поширенню проникнення одностороннього висвітлення спірних подій (*one side's issue*), їх викривлення, допущенню фактичних і логічних помилок і неприхованої пропаганди в англійському світі [25] сприяє надмірне проникнення медіа в суспільство через розширення просторово-часових рамок комунікації, заміни неопосередкованого спілкування в соціумі на таке, що здійснюється за опосередкування ЗМІ, інтеграції прямої та медіатизованої комунікації, інфільтрації медіа в повсякденну діяльність людини.

У наявному контексті лінгвістичні дослідження ототожнюють суб'єктивність з ослівес-

ненням маніпуляції [3, с. 58], знаходять її мовні вияви в теорії аргументації [11, с. 191], у вивченні текстів мас медіа в епоху післяправди [8, с. 105] і в розробленні персуазивних риторичних стратегій [22]. Водночас поза увагою лінгвістів залишається індивідуальне розуміння людиною суб'єктивності, що зумовлює актуальність її дослідження не як явища, а як ефекту, створеного внаслідок представлення подій на номінативному й композиційному рівнях новинних текстів [5, с. 166].

Постановка завдання. Виходячи з того, що на рівні композиції англійськомовні Інтернет-новини структуруються відповідно до стратегій, які в широкому розумінні вказують на планування й цілеспрямовані дії [2], а з погляду розвідок у площині медійного дискурсу стратегії пов'язані з різноманітними аспектами взаємодії учасників комунікації [7, с. 315], метою аналізу є дослідження їх риторичного ракурсу, спрямованого на побудову статей в аспекті створення впливу на читача як вияву ефекту суб'єктивного інформування. Матеріалом дослідження слугують тексти новин англійськомовного сайту Бі-Бі-Сі (<http://www.bbc.com/news>).

Когнітивно-риторичний ракурс вербалізації ефектів об'єктивності й суб'єктивності пояснює їх реалізацію у взаємодії обраного змісту, співвідносного з античною інвенцією, композиції статті, котра в риторичній традиції співзвучна з диспозицією як структуруванням змісту, ослівеснення або елокуції, котра відповідає за номінативне наповнення тексту [9], а також поширення матеріалу як нового перформативного етапу, сконцентрованого на встановленні контакту з аудиторією та здійсненні впливу на неї [6, с. 134].

Виклад основного матеріалу. Творення ефекту суб'єктивності на рівні текстів англійськомовних Інтернет-новин спирається на риторичні стратегії текстопобудови на рівні блоків статті [1, с. 258], які корелюють з античною схемою продукування усної промови. Відповідно, заголовок і вступ, що утворюють коротке повідомлення, корелюють із класичним вступом, блок головної події, котрий деталізує зміст короткого повідомлення, і фон співвідносяться з нарацією, коментарі, що локалізують супутні події та представляють вербальні реакції, ототожнюються з риторичними доказами.

Загалом риторична стратегія потрактовується як план реалізації авторського наміру досягти потрібного йому ефекту через зміну думки адресатів у потрібному напрямі [2 с. 106–107]. Наведене розуміння утворює підґрунтя для

тлумачення риторичних стратегій текстобудови як планів розгортання повідомлення відповідно до античних моделей впливу: етосу, спрямованого на створення довіри реципієнта до продуцента в стратегіях репрезентації та саморепрезентації; логосу, зверненого до раціонального, який експлікується в аргументативних стратегіях; пафосу як апеляції до емоційної сфери, почуттів [9, с. 343] та потреб аудиторії [6, с. 131–140], що втілюється апелюючими стратегіями [7, с. 316]. В аналізованих текстах новинного сайту Бі-Бі-Сі тенденцію до впливу на аудиторію через апеляцію до пафосу втілюють оцінна й емотивна стратегії, тоді як до етосу звернена одна стратегія конструювання псевдоподій.

Стратегія конструювання псевдоподій, які не мають новинної цінності, оскільки висвітлюються в ЗМІ лише заради публічного розголосу та привернення уваги (*produced by a communicator with the sole purpose of generating media attention and publicity, lacking real news value but still being the subject of media coverage* [14, с. 7], апелює до етосу як презентації складників процесу комунікації [12, с. 158]. Указана стратегія концентрується на інформуванні про те, що лише має чи може відбутися або ймовірно сталося чи станеться та не має стосунку до фактів, на що вказує етимологія префікса «псевдо», який із грецької означає «помилковий, що має намір увести в оману» [23, 24]. Конструювання псевдоподій як дій, потрібних для привернення до них уваги аудиторії [14, с. 11], створюється через відображення майбутньої діяльності присудками на позначення планів і намірів, напр., *to plan to do smth, to be going to do smth (GM plans to rival Tesla with new electric truck* [BBC 08.09.2020]), а також через представлення припущення дієсловами із семантикою ймовірності, напр., *may do smth, to be likely to do smth (Brexit is back and likely to get louder* [BBC 07.09.2020]). Відповідно, стратегію конструювання псевдоподій виділяємо з опертям на предикати майбутнього часу дійсного способу напр., *will meet, will decide (The boss of Rio Tinto, Jean-Sébastien Jacques, will step down following criticism of the mining giant's destruction of sacred Aboriginal sites* [BBC 11.09.2020]), умовного способу, напр., *could have been stolen, could prevent (A coal industry "eyesore" which has blighted residents of a former south Wales mining village for decades could be brought back into use as housing* [BBC 10.09.2020]), або складені дієслівні модальні присудки, які відображають можливі дії, напр., *must have escaped, may be true (He said the council might have decided not to proceed with the pro-*

ject if it had ever reviewed its initial feasibility study from the year 2000 [BBC 19.04.2018]). Ураховуючи різну семантику предикативних одиниць, визначаємо, що конструювання псевдоподій відбувається двома способами: через відображення майбутньої діяльності або через вербалізацію припущення.

Конструювання подій через відображення майбутньої діяльності створює ефект суб'єктивності представленням намірів, виражених у заголовках інфінітивами (*to free, to tackle, to visit, to vote*), а в тексті – дієсловами у формі майбутнього часу (*will commit, will cut*) чи сполученням дієслів із семантикою планування з інфінітивами (*is to release, plans to reopen*). Майбутні дії в тексті відображають дієслова на позначення обіцянки (*pledge, promise*), а також іменники (*aim, goal*), дієслова (*aimed*) і словосполучення, які вказують на мету майбутньої діяльності (*to mark canonization of Mother Theresa, to improve the sourcing of wood for casks from recyclable packaging*).

Так, указані одиниці на позначення майбутньої діяльності взаємодіють у тексті під назвою *Ferguson court to be taken over by Missouri state judge* [BBC 10.03.2015] так: *Ferguson court to be taken over* (заголовок) → *will oversee the court* (вступ) → *to hear all future cases* (блок головної події).

Ця послідовність висловлень відображає плани щодо зміни керівництва суду Фергюсона інфінітивом *to be taken over* у заголовку, дієсловом *will oversee* в інтродуктивному блоці та сполученням модального дієслова з інфінітивом *is to hear* у блоці головної події.

Реалізація стратегії конструювання псевдоподій через відображення майбутньої діяльності представлена в статті про суд над учасниками теракту в палестинській школі під заголовком *Pakistan school attack: Military courts to try terror suspects*:

(1) *Pakistan is to establish military courts and to hear terrorism-related cases in the wake of a massacre at a school.* (2) *Prime Minister Nawaz Sharif said only terrorists would be tried in these courts and these would not be used for political objectives.* (3) *Other measures agreed were to include a crackdown on hate speech and the funding of terrorist organizations* [BBC 24.12.2014].

Ефект суб'єктивності створюється в тексті стратегією конструювання псевдоподій через відображення в заголовку намірів судити терористів воєнним трибуналом інфінітивом *to try*, який корелює з присудками вступу (1) *is to establish*, що вказує на плани заснування судів, та *is to hear*, що ідентифікує мету створення судів. Присудок

речення (2) блоку головної події *would be tried* позначає наміри розглядати справи, пов'язані з терористами (*terrorists*), а *would not be used* – не використовувати розслідування для політичних цілей (*political objectives*). Додаткові плани до позначених у блоці головної події відображає присудок *were to include* у фоновому блоці (3), створюючи ефект суб'єктивного представлення подій.

Конструювання псевдоподій через припущення створює ефект суб'єктивності присудками на позначення можливих варіантів розгортання подій у минулому, теперішньому чи майбутньому, вираженими модальними дієсловами із семантикою ймовірності *may* (*may resign, may be genocide*) та *could* (*could execute*), напр., *Nepal 'may fly in fuel' as protests disrupt supplies* [BBC 30.09.2015], фразами припущення *to be likely to do smth* (*is likely to be lost, is likely to resign*), напр., [...] *it is likely that the business will cease trading in the next few days* [BBC 25.06.2015], предикатами на позначення розумової діяльності *believe, consider, expect*, напр., *It is believed the same man was with a woman in Albion Street shortly before noon* [BBC 29.06.2015].

Так, указані дієслова із семантикою припущення взаємодіють у тексті під назвою *ECB expected to inject up to €1 trillion into eurozone* [BBC 21.01.2015] так: *The European Central Bank is expected to inject* (заголовок) → *programme is likely to begin* (вступ) → *the measures might be taken* (блок головної події).

У наведеній послідовності висловлень припущення вербалізують три предикати: *is expected to inject* на позначення в заголовку очікувань країн Єврозони про фінансування з боку Європейського центрального банку, *is likely to begin*, який у вступі вказує на ймовірність перерахування боргу

в березні, і *might be taken*, котрий у блоці головної події повідомляє, що заходи щодо виплати боргу, можливо, будуть застосовані.

Стратегія конструювання псевдоподій структурує статтю про можливий від'їзд до Сирії зниклої англійської сім'ї:

Luton family of 12 may have gone to Syria: (1) A family of 12 from Luton, including a baby and two grandparents, could have travelled to Syria after going missing, police have said. (2) It is believed the family stopped in Turkey on their way home before entering the far-torn country [BBC 01.07.2015].

У заголовку наведеного прикладу модальне дієслово *may* в складі присудка *may have gone* представляє псевдоподію, оскільки його значення імплікує лише ймовірність поїздки англійської сім'ї з міста Лутон до Сирії. Присудок заголовка *may have gone* співвідноситься у вступі (1) із предикатом *could have travelled*, який указує на можливість подорожі до пункту призначення, представленого топонімічним словосполученням *to Syria*, і з присудком *is believed (the family stopped in Turkey)*, що ідентифікує ймовірну проміжну точку маршруту, названу виразом із топонімом *in Turkey* у блоці головної події (2).

Висновки і пропозиції. Отже, у риторичному ракурсі дослідження композиції англійських Інтернет-новин виявлено, що стратегія конструювання псевдоподій створює ефект суб'єктивності апеляцією до етосу через повідомлення про майбутні події, відображене дієсловами із семантикою планування та представленням припущення одиницями на позначення можливих варіантів розгортання подій. Перспективи подальших розвідок убачаємо в розробленні пафосу, утіленого в емоційній та оцінній стратегіях.

Список літератури:

1. Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / пер. с англ. М. А. Дмитриевской и др. Благовещенск : БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.
2. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Москва : ЛЕНАНД, 2017. 308 с.
3. Кудрявцева Л. О. Сучасні аспекти дослідження мас-медійного дискурсу: експресія – вплив – маніпуляція. *Мовознавство*. 2005. № 1. С. 58–66.
4. Монахова Т. В. Сучасні стратегії текстотворення в українській мові : автореф. дис. ... докт. філол. наук : 10.02.01 / Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. Одеса, 2016. 36 с.
5. Набок А. І. Взаємодія суперстратегій об'єктивації й суб'єктивації в текстах англійських інтернет-новин. *Мовні і концептуальні картини світу* : збірник наукових праць / відп. ред. А. Д. Белова. Київ, 2015. Вип. 55. Ч. 2. С. 166–171.
6. Потапенко С. І. Когнітивна риторика ефекту: в пошуках методу (на матеріалі інавгураційних звернень американських президентів Дж. Кеннеді і Дж. Буша). *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія «Філологія»*. 2012. Т. 15. № 2. С. 131–141.
7. Потапенко С. І. Лингвориторические стратегии: дискурсивная и жанровая дифференциация. *Теоретична й дидактична філологія. Серія «Філологія»*. 2017. Вип. 25. С. 314–322.
8. Потапенко С. І. Номинативное пространство англоязычного новостного дискурса в эпоху послеправды: аргументативные тенденции. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2017. Вип. 2 (86). С. 105–109.

9. Цицерон М. Т. Три трактата об ораторском искусстве / под ред. М. Л. Гаспарова. Москва : Ладомир, 1994. 471 с.
10. Черникова И. В. Трансформация представлений о реальности в науке и философии. *Гуманитарный вектор. Серия «Философия»*. 2014. № 2 (38). С. 79–88.
11. Шкарбан І. М. Імплицитна аргументація в архітектоніці різножанрових газетних статей. *Проблеми семантики, слова, речення та тексту* / відп. ред. Н. М. Корбозерова. Київ : Київський національний лінгвістичний університет, 2004. Вип. 11. С. 191–194.
12. Baumlin J. S. *Ethos: New Essays in Rhetorical and Critical Theory*. Dallas: SMU Press, 1994. 457 p.
13. Bell A. *The Language of News Media. Language in Society*. Oxford : Blackwell Publishers, 1991. 269 p.
14. Boorstin D. G. *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. New York : Knopf Doubleday Publishing Group, 2012. 336 p.
15. Chong Ph. Valuing subjectivity in journalism: Bias, emotions, and self-interest as tools in arts reporting. *Journalism*. 2017. Vol. 20. № 3. P. 427–443.
16. Couldry N., Hepp A. *The Mediated Construction of Reality*. UK : Polity Press, 2017. 290 p.
17. Groeling T. Media bias by the numbers: challenges and opportunities in the empirical study of partisan news. *Annual Review of Political Science*. 2013. Vol. 16. P. 129–151.
18. Hjarvard S. The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review*. 2008. Vol. 29. № 2. P. 105–134.
19. Marsh K. On issues of impartiality in news and current affairs. *Journal of Applied Journalism and Media Studies*. 2012. Vol. 1. № 1. P. 69–78.
20. Nišić V., Plavšić D. The Role of Media in the Construction of Social Reality. *Sociological Discourse*. 2014. № 7. P. 73–81.
21. Parks P. Non-representational news: An intervention into pseudo-events. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*. 2017. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1464884917736998> (Last accessed: 10.09.2020).
22. Potapenko S. Cognitive rhetoric of effect: energy flow as a means of persuasion in inaugurals. *Topics in linguistics*. 2016. № 17 (2). P. 12–25.
23. Pseudo-. *Online Etymology Dictionary*. URL: <https://www.etymonline.com/word/pseudo-> (Last accessed: 10.09.2020).
24. Pseudo-event. *Encyclopedia Britannica online*. URL: <https://www.britannica.com/topic/pseudo-event> (Last accessed: 10.09.2020).
25. Ruane K. A. Fairness Doctrine: History and constitutional issues. Congressional Research Service 2011. URL: <https://www.fas.org/spp/crs/misc/R40009.pdf> (Last accessed: 09.09.2020).
26. Sambrook R. Delivering trust: impartiality and objectivity in the digital age. 2012. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/delivering-trust-impartiality-and-objectivity-digital-age> (Last accessed: 10.09.2020).

Nabok A. I. RHETORICAL ASPECT OF COMPOSITIONAL EMBODIMENT OF SUBJECTIVITY EFFECT IN ENGLISH INTERNET NEWS STORIES: PSEUDO-EVENTS CONSTRUAL STRATEGY

The article focuses on the analysis of subjectivity effect on the compositional level of English Internet news stories, which inform about the latest events from the life of society, the information being transmitted from the sender to the addressee via printed, audio, audiovisual and electronic communication channels. Mediated by a communication channel a news text creates the subjectivity effect, which rests on verbalizing contents with regard to ambiguity, approximation and appeal to evaluation and emotions. Rhetorical aspect of creating the subjectivity effect reconsiders ancient canons and models of influence fulfilled by ethos, logos and pathos. It also develops the postulates of mediarhetoric as a science about influencing the audience with the help of the media, reflecting its overall orientation towards creating necessary impressions on the audience. Mediarhetoric studies how mass media influence on the addressee is extended via oral-electronic, printed and multimodal texts. It is proved that the subjectivity effect is created in the structural parts of the text, correlating with ancient introduction, narration and argumentation. Strategies of creating the subjectivity effect in English Internet news stories are differentiated on the basis of the semantics of the predicative units at the levels of a headline, lead, main event, context and comments. Pseudo-events construal strategy described in the article as a plan of unfolding English Internet news stories appeals to ancient ethos as the author's self-representation. In the course of mass media development ethos transformed into rhetoric of effect aimed at representing all parts of the communicative process. The pseudo-events construal strategy is singled out on the basis of analyzing headlines and articles of English Internet news stories, subordinating the verbs referring to future or probable activity.

Key words: *English Internet news discourse, media rhetoric, subjectivity, news text structure, strategy, pseudo event.*