

УДК 81'42'44:811.111

С. И. Потапенко,
доктор филологических наук, профессор
(Нежинский государственный университет имени Николая Гоголя)
serhiy.potapenko@ndu.edu.ua
ORCID: 0000-0001-8623-3240

НОМИНАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО АНГЛОЯЗЫЧНОГО НОВОСТНОГО ДИСКУРСА В ЭПОХУ ПОСЛЕПРАВДЫ: АРГУМЕНТАТИВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

В статье показано, что в нынешнюю эпоху "послеправды" с ее сосредоточением не на фактах, а на эмоциях и личных мнениях меняется предназначение текстов англоязычных новостей: вместо преобладавшего ранее стремления к объективности, в настоящее время доминирует направленность на воздействие. Соответственно, возрастает роль аргументативных средств, что обуславливает уменьшение употребления номинативных единиц, обозначающих факты и истинные утверждения, на фоне преобладания квантификаторов и средств именованья анонимных источников информации.

Ключевые слова: номинативная единица, новостной дискурс, послеправда, аргументация, анонимный источник, квантификатор.

Словом 2016 года объявлено прилагательное *post-truth* "послеправдивый", обозначающее условия, в которых объективные факты в меньшей степени влияют на формирование общественного мнения, чем апелляция к эмоциям и личным убеждениям ("denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief") [1]. При этом учитываем, что концепт послеправды существует уже несколько десятилетий, о чем свидетельствует возникновение соответствующего слова в 1992 году [1], т.е. оказывает влияние на формирование множества других явлений, в первую очередь, связанных с истинностью и объективностью, до недавнего времени являвшимися краеугольным камнем новостного дискурса [2: 21]. Ныне же утверждается, что объективность невозможно определить, описать или достичь [3: 75], а поэтому предлагается заменить ее на непредвзятость (*impartiality*). Однако последняя также не имеет однозначного толкования: изначально она рассматривалась как точность, правдивость, сбалансированность и моральная нейтральность [4: 138], а в последнее время – как поиск фактов, незаангажированность точек зрения, формирование собственной непредвзятой позиции [3: 75], т.е. переориентировалась на авторское восприятие мира, которое по своей сути является субъективным. Распространение приведенных точек зрения на понимание объективности обусловлено тем, что в эпоху послеправды изменяется предназначение новостей: они все более переходят от объективного информирования, которое и ранее зачастую декларировалось, к влиянию на аудиторию с помощью различных средств, среди которых важное место занимают риторические способы воздействия: этос, пафос, логос [5].

В эпоху послеправды наблюдаем переосмысление античных способов воздействия в применении к новостному дискурсу. Так, кроме эмоций, пафос оказывается связанным с потребностями человека [6], этос – не столько с саморепрезентацией автора, сколько с изображением любого референта [7: 5; 8: 723]. Определенные изменения в медиа-дискурсе претерпевает логос, сливаясь с другими способами воздействия. Соответственно, **цель** статьи состоит в определении роли логоса в организации англоязычных новостных текстов, что предполагает выполнение следующих **задач**: дать определение логоса; раскрыть современные тенденции в его понимании; установить языковые аргументативные средства, задействованные в новостных сообщениях; интерпретировать их роль. **Материалом** исследования служат онлайн-публикации телерадиовещательной корпорации Би-Би-Си (<http://www.bbc.com/news>).

На протяжении длительной истории греческого языка логос получил множество определений: он рассматривался как "аргумент" или "разум", а при расширенной интерпретации как мировой или данный неким божеством "порядок" [9: 11]. Ассоциируясь с содержанием и с логическим мышлением, логос традиционно обозначает вербальную структуру аргументов, т.е. слова, их связь, их убеждающую силу. Для Аристотеля, логос был чем-то более утонченным, чем пафос, связанный с демонстрацией чувств: он отличает человека от иных живых существ, давая понять другим через аргументативный дискурс разницу между преимуществом и вредом, справедливостью и несправедливостью, тем, что хорошо и что плохо [10: 21]. Считается, что обращаясь к логосу, ритор опирается на четкие, разумные тезисы и аргументы, которые позволяют гарантировать внимание аудитории. В традиционной риторике выделяют три способа аргументирования: индуктивный, дедуктивный и редуцирующий. Индуктивный тип восходит от частного к общему: в этом случае аргументация опирается на ограниченное количество примеров, на основе которых ритор пытается вывести более общее или универсальное положение. Дедуктивный тип рассуждения, напротив, движется от общего к частому: аргументация основана на общем или универсальном утверждении, с которым согласны и читатель, и автор. Ритор принимает это общее или

универсальное положение, а затем пытаются показать, как конкретный пример вписывается в эту более широкую категорию. Редуктивный тип логики состоит в поиске одного оставшегося ответа через перечисление всех возможных решений проблемы за исключением тех, которые явно неприемлемы. Как правило, этот способ рассуждения менее полезен, чем дедукция или индукция, так как предполагает, что предложенный перечень является единственно возможным и содержит правильный ответ.

Какой из этих способов аргументации распространен в современном новостном дискурсе? Исследование текстов немецкоязычных новостей показало, что главным принципом их аргументативной организации является дедукция, предназначенная для обоснования содержания заголовка-тезиса с помощью доказательств, т.е. одного или нескольких связанных между собой утверждений [5: 8]. С учетом количества повторений главной идеи выделены тексты с одно-, двух- и трехкратными тезисами [5: 8]. Менее очевидным способом воздействия на адресата новостей является использование не всей аргументативной структуры, а ее отдельных элементов, представленных фактами, максимумами, т.е. истинными утверждениями, статистическими данными, свидетельствами, которые часто основываются на предположениях (*probabilities*), а не истинах [8: 29].

Названные аргументы различаются степенью истинности и, соответственно, воздействия, а поэтому они будут рассмотрены в этой статье с учетом уменьшения их правдивости.

Факты, т.е. краткие эмпирические утверждения, отражают определенные аспекты восприятия мира, которые рассматриваются как истинные. Считается, что в качестве доказательств пригодны две разновидности фактов [11: 260]: обретенные из опыта, например, утверждения, что тяжелые объекты падают или солнце садится вечером, и заимствованные из научных исследований, которым мы доверяем, например, о том, что в невесомости объекты не имеют веса или земля вращается вокруг солнца. СМИ редко привлекают эти общеизвестные факты, которые не подвергаются сомнению и предполагают использование номинативных единиц определенной семантики. Так, сообщение о том, что новый год наступит на секунду позже, опирается на общеизвестный факт о системе летоисчисления, который не подвергается сомнению, напр., *New Year delayed by one second* (Би-Би-Си 30.12.2016).

К *максимумам* относят короткие утверждения, отражающие всеобщие истины или правила поведения, которые в определенной культуре считаются общепринятыми, объединяя все общество, т.е. характеризуются меньшей степенью истинности, чем факты. Максимумы обычно соотносятся с общими местами, традиционно воплощенными в пословицах [12: 153], общеизвестных истинах, которым должен следовать человек в своем повседневном поведении ("не убий", "не укради"), общественных установках, отвергающих расизм, нацизм, терроризм, обозначаемых политическими терминами. Соответственно, нарушители этих максимумов привлекают внимание СМИ и становятся предметом сообщения, напр., *Chelsea fans guilty over Metro racism* (Би-Би-Си 3.01.2017). Кроме общечеловеческих, существуют разного рода узкоспециальные максимумы, которые могут разделяться лишь частью человечества, например, политические, положенные в основу обвинений в принадлежности к запрещенным организациям, напр., *German official 'sacked over Stasi links'* (Би-Би-Си 15.01.2017), религиозные, дающие право обвинять субъектов в богохульстве, напр., *Pakistan activist faces blasphemy charges* (Би-Би-Си 3.01.2017).

Доверие к *количественному* аргументу основано на том, что современное сознание избегает приблизительности, а поэтому мы постоянно считаем и измеряем направление жизни, подчиненной математике даже в искусстве и морали [13: 173]. Считается, что статистика хороша, когда нужно показать соотношение или размер чего-либо [11: 260]. Вопреки этому мнению, оказывается, что в англоязычном новостном дискурсе квантификаторы встречаются в нейтральной – идентифицирующей – функции достаточно редко: они указывают на время событий, напр., *China space lab to fall to Earth in 2017* (Би-Би-Си 21.09.2016), дифференцируют модели продуктов, напр., *Singapore airlines to hand back A 380* (Би-Би-Си 14.09.2016) и т.д.

В эпоху послеправды квантификаторы в большей степени задействованы для оказания воздействия через эффекты осуждения, почтения или удивления, близкие к пафосу. Очевидно, что желание видеть четко и отказаться от приблизительности, подчиненное добрым намерениям [13: 173], активно используется для влияния на аудиторию.

Квантификация осуждения наблюдается при информировании о гибели людей. Поскольку для западного общества ценна даже одна человеческая жизнь, любое количество погибших оказывается актуальным, но чем их больше и чем выше их статус, тем более высока вероятность, что эта новость попадет в разряд главных. В англоязычных СМИ сформировалась специальная синтаксическая модель для акцентирования жертв с помощью выдвижения в начало заголовков квантификаторов: *Four / Five / Thirty dead in Jerusalem lorry attack / in Florida airport shooting / in Nigeria suicide attack*. При важности собственно событий квантификаторы обозначают количество пострадавших в конце заголовка согласно другой модели: *Attack on Shia pilgrims in Iraq / Earthquake in Central Italy kills 77 / 120* (Би-Би-Си 24.11.2016). Кроме того, СМИ часто выносят в заголовки средства приблизительности, не уточняя количества пострадавших, а указывая на их тысячи, напр., *Hundreds evacuated from east Aleppo* (Би-Би-Си 15.12.2016), или миллионы, напр., *Almost 1m under siege in Syria – UN* (Би-Би-Си 21.11.2016). Атипичный

случай употребления квантификатора с целью формирования эффекта осуждения властей предназначен для обозначения расстояния, которое вынужден был пройти бедный индийский мужчина, несший тело умершей жены из-за невозможности нанять транспорт, напр., *Man carries dead wife's body for 12 km* (Би-Би-Си 25.08.2016).

Квантификация удивления применяется для акцентирования поступков, несоответствующих возрасту людей, что обуславливает выбор различных квантификаторов для создания контраста: подростки используют оружие, чтобы добиться своего любимого блюда, напр., *Boy, 12, 'pulls gun for chicken nugget'* (Би-Би-Си 13.01.2017); люди среднего возраста с детства не покидают свой дом, напр., *Mystery of man, 43, who never left home* (Би-Би-Си 05.10.2016); одни знаменитости, как Дженнет Джексон, собираются родить первого ребенка в пятьдесят лет, напр., *Janet Jackson, 50, expecting first child* (Би-Би-Си 12.10.2016), а другие, как Мик Джаггер, становятся отцами в 73 года, напр., *Sir Mick Jagger became dad again at 73* (Би-Би-Си 08.12.2016). Эффект удивления усиливается при сообщении о значительном временном отрезке между сопоставляемыми событиями, напр., *US child killer jailed after 27 years* (Би-Би-Си 21.11.2016), а также при обозначении штрафов и выплат, превышающих миллионы, напр., *JP Morgan pays \$264m for China bribery* (Би-Би-Си 17.11.2016).

Квантификация почтения имплицитно применяется при обозначении значительного возраста знаменитостей, напр., *Cuba's Fidel Castro dies aged 90* (Би-Би-Си 26.11.2016), хотя возраст животных скорее вызывает удивление, напр., *Oldest panda in captivity dies at 37* (Би-Би-Си 16.10.2016).

В некоторых заголовках воздействующий потенциал квантификаторов усиливается эмоциями. Они подчеркивают общественное негодование, напр., *Outrage after girl dies from 68-day fast* (Би-Би-Си 10.10.2016), или удивление, напр., *Russian oil giant in surprise \$11bn deal* (Би-Би-Си 08.12.2016).

Аргументы-свидетельства представлены апелляцией к авторитетам, к которым могут принадлежать простые люди с требуемым опытом, эксперты с достаточными знаниями по обсуждаемому вопросу, известные или уважаемые индивиды, чье мнение может вдохновлять, хотя их деятельность может быть и не связана с обсуждаемым вопросом [11: 260]. В эпоху послеправды СМИ все чаще прибегают к ссылкам на анонимные источники информации. Считается, что в данном случае журналист опирается на доверие аудитории [14]. При этом для установления надежности цитируемого читателю предлагается учитывать определенные характеристики анонима: действительно ли он может обладать сообщаемой информацией; сколько людей готовы доверить ему тайну, кроме тех, с кем он встречается за чашкой чая. Рекомендуются не верить тем источникам, которые объясняют причины происходящего, ибо никто не знает, что происходит в голове у принимавшего решение [14]. Кроме этих критериев, существуют языковые сигналы, указывающие на сомнительность анонимных источников, что демонстрирует опубликованная на англоязычном сайте Би-Би-Си статья о новом главе администрации российского президента: *Nooscope mystery: The strange device of Putin's new man Anton Vaino* (<http://www.bbc.com/news/world-europe-37109169>).

При характеристике нового чиновника кремлевской администрации автор ссылается на множество анонимных источников с различным статусом, используя при этом разнообразные номинативные единицы. Во-первых, это ссылки на журналистские публикации без указания на названия изданий или авторов (*Like many officials of his generation, reports say he has a master's degree in economics and has contributed to various scientific publications* и *Written in a dense academic prose – which many Russian commentators this week said they found almost impossible to understand*). Во-вторых, это ссылка на мнение общественности с помощью безличной конструкции (*widely believed*), скрывающей широту его охвата (*In 2012 an article appeared in a specialist journal called Economics and Law written by an "AK Vaino" – widely believed to be one and the same person as Mr Putin's new chief of staff*). В-третьих, это отсылки ко всем россиянам этнонимом *Russians* (*Russians are scratching their heads over this diagram in Mr Vaino's article (Moscow Times translation)* и словосочетанием *many in Russia* (*The "nooscope" bewildered many in Russia this week*), что вызывает сомнение, ибо не ясно, какое количество жителей охватывают названные единицы. Окончательное недоверие к статье вызывает условное предложение в ее заключении с предположением о возможной идентичности нового главы администрации и изобретателя нооскопа со ссылкой на большинство неназванных россиян, обозначенных этнонимом *most Russians*: *If AK Vaino the political scientist and Anton Vaino the new chief of staff really are the same person, as most Russians presume, then the coming months may show if the nooscope can really deliver a "better tomorrow"*.

Способы аргументации в приведенных высказываниях напоминают сплетни, ибо в данном случае указание на конкретные источники информации заменяется номинативными единицами абстрактной семантики. В ответ на критику такого способа информирования Би-Би-Си ответило, что это авторский материал, передающий понимание журналистом ситуации с учетом скудости информации о новом главе администрации российского президента, а использованный язык отражает наблюдения, мнения, восприятия автора, а не установленные факты:

Reference CAS-3975193-KRJY6Y

This is an authored piece with the author Olga Ivshina, BBC Russian Service, giving their perspective and understanding on the subject – conveying details of an investigation by BBC Russian into Anton Vaino's academic work, given that little is known about Russian President Vladimir Putin's new chief of staff.

As you acknowledge, the author is clear to point out with their use of language where things are observations, opinion and perception etc, rather than established fact.

Приведенный выше ответ редакции Би-Би-Си отражает важную черту новостного дискурса в эпоху послеправды: его опору не на факты, а на наблюдения, мнения, восприятия журналиста (*"observations, opinion and perception etc, rather than established fact"*), что объясняет широкое использование номинативных единиц, обозначающих анонимные источники.

Итак, в эпоху послеправды значительно изменилось понимание как номинативной организации новостей, так и аргументации, которая постепенно сливается с этосом, представляющим любой референт, и пафосом, воздействующим на эмоции и потребности аудитории. Указанные факторы обуславливают уменьшение отсылок к фактам и истинным утверждениям в противовес к употреблению квантификаторов для апелляции к эмоциям и возрастанию количества единиц, именуемых анонимные источники. **Перспективы исследования** состоят в выявлении в англоязычном новостном дискурсе других средств воздействия на аудиторию.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Word of the year 2016 is post-truth. – Режим доступу : at <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>.
2. Cotter C. News Talk : Investigating the Language of Journalism / C. Cotter. – Cambridge : Cambridge University Press, 2011. – 280 p.
3. Marsh K. On issues of impartiality in news and current affairs / K. Marsh // Journal of Applied Journalism and Media Studies. – 2012. – Vol. 1, N. 1. – P. 69–78.
4. Cohen-Almagor R. The limits of objective reporting / R. Cohen-Almagor // Journal of Language and Politics. – 2008. – Vol. 7, N. 1. – P. 138–157.
5. Щербак О. М. Дискурс німецькомовних інтернет-новин: лінгвориторичний аспект : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / О. М. Щербак ; Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова. – Одеса, 2016. – 20 с.
6. Potapenko S. Rethinking pathos : Media rhetoric of needs / S. Potapenko // Deeds and Days. – Kaunas, 2016. – N. 66. – P. 155–166. – Режим доступу : <https://eltalpykla.vdu.lt/handle/1/33191>.
7. Лук'янець Г. Г. Колороніміка англomовного новинного інтернет-дискурсу : когнітивно-риторичний аспект : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / Г. Г. Лук'янець ; Київськ. нац. лінгв. ун-т. – К., 2016. – 20 с.
8. Edlund J. Ethos, pathos, logos Three ways to persuade [Electronic resource] / J. Edlund, P. Pomona. – 2002. – Режим доступу : <http://web.calstatela.edu/faculty/jgarret/3waypers.htm>.
9. Kennedy G. A New History of Classical Rhetoric / G. Kennedy. – Chichester : Princeton University Press, 1994. – 301 p.
10. Rahe R. A. Republics Ancient and Modern : The Ancient Régime in Classical Greece / R. A. Rahe. – North Carolina : University of North Carolina Press, 1994. – 404 p.
11. Crowley S. F. Ancient Rhetorics for Contemporary Students / S. F. Crowley, D. B. Hawhee – [5th ed.]. – L. : Pearson, 2012. – 416 p.
12. Danisch R. P. Pragmatism, Democracy, and the Necessity of Rhetoric / R. P. Danisch. – Columbia : The University of South Carolina Press, 2007. – 208 p.
13. Loïc N. Uncertainty and modernity: why is it so difficult to practice rhetoric today? / N. Loïc // Deeds and Days. – Kaunas, 2016. – N. 66. – P. 167–175. – Режим доступу : <https://eltalpykla.vdu.lt/handle/1/33191>.
14. Van Buren P. Reading news in the age of Trump? Think like a spy / P. Van Buren. – Режим доступу : <http://www.reuters.com/article/vanburen-sources-idUSL1N1EU19Q>.

REFERENCES (TRANSLATED & TRANSLITERATED)

1. Word of the year 2016 is post-truth. – Rezhym dostupu : at <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>.
2. Cotter C. News Talk : Investigating the Language of Journalism / C. Cotter. – Cambridge : Cambridge University Press, 2011. – 280 p.
3. Marsh K. On issues of impartiality in news and current affairs / K. Marsh // Journal of Applied Journalism and Media Studies. – 2012. – Vol. 1, N. 1. – P. 69–78.
4. Cohen-Almagor R. The limits of objective reporting / R. Cohen-Almagor // Journal of Language and Politics. – 2008. – Vol. 7, N. 1. – P. 138–157.
5. Scherbak O. M. Diskurs nimets'komovnykh Internet-novyn : lingvoritorichnii aspect [Discourse of German Internet News Stories : Linguistic Rhetorical Aspect] : avtoref. dis. na zdobuttia nauk. stupenia kand. filol. nauk : spets. 10.02.04 "Germans'ki movy" / O. M. Scherbak; Odeskii natsional'nyi universitet im. I. I. Mechnikova. – Odesa, 2016. – 20 s.
6. Potapenko S. Rethinking pathos : Media rhetoric of needs / S. Potapenko // Deeds and Days. – Kaunas, 2016. – N. 66. – P. 155–166. – Rezhym dostupu : <https://eltalpykla.vdu.lt/handle/1/33191>.

7. Lukianets G. G. Koloronimika anglomovnoho novinnogo Internet-diskursu : kognitivno-ritorichnii aspekt [Colour Terms in English Internet News Discourse : Cognitive Rhetorical Aspect] : avtoref. dis. na zdobuttia nauk. stupenia kand. filol. nauk : spets.10.02.04 "Germans'ki movy" / G. G. Lukianets ; Kyivs'k. nats. lingv. un-t. – K., 2016. – 20 s.
8. Edlund J. Ethos, pathos, logos Three ways to persuade [Electronic resource] / J. Edlund, P. Pomona. – 2002. – Rezhym dostupu : <http://web.calstatela.edu/faculty/jgarret/3waypers.htm>.
9. Kennedy G. A New History of Classical Rhetoric / G. Kennedy. – Chichester : Princeton University Press, 1994. – 301 p.
10. Rahe R. A. Republics Ancient and Modern : The Ancient Régime in Classical Greece / R. A. Rahe. – North Carolina : University of North Carolina Press, 1994. – 404 p.
11. Crowley S. F. Ancient Rhetorics for Contemporary Students / S. F. Crowley, D. B. Hawhee – [5th ed.]. – L. : Pearson, 2012. – 416 p.
12. Danisch R. P. Pragmatism, Democracy, and the Necessity of Rhetoric / R. P. Danisch. – Columbia : The University of South Carolina Press, 2007. – 208 p.
13. Loïc N. Uncertainty and modernity : why is it so difficult to practice rhetoric today? / N. Loïc // Deeds and Days. – Kaunas, 2016. – N. 66. – P. 167–175. – Rezhym dostupu : <https://eltalpykla.vdu.lt/handle/1/33191>.
14. Van Buren P. Reading news in the age of Trump? Think like a spy / P. Van Buren. – Rezhym dostupu : <http://www.reuters.com/article/vanburen-sources-idUSL1N1EU19Q>.

Потапенко С. І. Номінативний простір англомовного новинного дискурсу в епоху післяправди: аргументативні тенденції.

У статті показано, що в сучасну епоху "післяправди" з її зосередженістю не на фактах, а на емоціях і особистих поглядах змінюється призначення текстів англомовних новин: замість поширеного раніше прагнення до об'єктивності, нині домінує спрямованість на вплив. Відповідно, зростає роль аргументативних засобів, що зумовлює зменшення вживання номінативних одиниць на позначення фактів та істинних тверджень на тлі переважання квантифікаторів і засобів іменування анонімних джерел інформації.

Ключові слова: *номінативна одиниця, новинний дискурс, післяправда, аргументація, анонімне джерело, квантифікатор.*

Potapenko S. I. Nominative Space of English News Discourse in the Post-truth Epoch: Argumentative Tendencies.

The research deals with the functions of nominative units in the English news discourse in the post-truth epoch when objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief. The material of the research is the BBC news stories. The paper applies rhetorical methods to revealing the argumentative potential of news stories. The results obtained show that nominative units in the contemporary English news discourse denote four types of arguments: facts, maxims, statistical data and anonymous sources. The paper reveals a reduction in the nominal units referring to facts and general beliefs shared by the majority of the audience. Meanwhile quantifiers once used as a reliable means of objectivity have acquired a number of persuasive functions evoking the feelings of indignation, respect, surprise, condemnation. The reference to the anonymous sources is carried out by abstract units denoting different groups of people. The conclusions indicate that modern news discourse has a tendency to transforming into a persuasive tool determining the choice of particular nominal units.

Key words: *nominative unit, news discourse, post-truth, argumentation, anonymous source, quantifier.*