

УДК 1751

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ЗАГОЛОВОЧНОГО МЕДИАДИСКУРСА

Е.В.Темнова

МГИМО МИД России, Москва

Сегодня англоязычный медиадискурс использует определённые семантические категории для создания у реципиента научно-технического менталитета, выраженного в семантической категории «Индустрия 4.0». Анализ современных англоязычных медиа позволяет сделать вывод, что лингвокультурные традиции заголовочного дискурса формируют особую форму выражения медийного сознания.

Ключевые слова: медиадискурс, заголовочный дискурс, функция воздействия, семантическая категория «Индустрия 4.0».

Technological shifts are rewiring society and transforming the landscape.
Gerd Leonhard

Современные медиа являются видом дискурса с высоким прагматическим потенциалом, т.к. при передаче информации на первое место выходит функция воздействия на адресата речевого произведения [1]. Потребность соответствовать главному правилу коммуникации передавать максимальное количество информации в минимальные промежутки времени ставит перед авторами заголовков медиадискурса задачу постоянного поиска средств оказания максимального воздействия на реципиента медиадискурса [13].

Таким образом, на первый план выходит функция отображения содержания текста в заголовке с учётом интерпретации событий автором. Интерпретация преследует другие прагматические цели: привлечь, зафиксировать и сфокусировать внимание читателя на определённых деталях. При этом передача семантического кода сообщения адресату редко осуществляется с помощью нейтральной лексики, т.е. абсолютно свободной от компонентов воздействия на адресата.

Заголовки англоязычных онлайн-изданий способствуют созданию определённого ментального пространства. Так, «в медиадискурсе реальность как таковая подана в мозаичном виде и подменена некими образами, которые должны сформировать у реципиента этих образов вполне определённую медиакартину мира» [3: 322]. Активно используются лингвокультурные знаки, которые играют большую роль для понимания смысла не только самого заголовка, но также манифестируют факт взаимодействия языка и культуры (В. фон Гумбольдт, Э. Сепир, Б. Уорф, А.Ф. Лосев, М.М. Бахтин). Подобное использование культурно-обусловленной информации погружает реципиента кодов лингвокультурного знания в социально-исторический контекст и формирует культурно-языковую личность [2].

В своей работе мы использовали семантическую категорию «Индустрия 4.0» для рассмотрения лингвокультурных традиций заголовочного дискурса современных англоязычных медиа.

Индустрия 4.0, или Четвертая промышленная революция, это киберсоставляющая производственных процессов современного общества.

Термин предложил в своей одноименной книге основатель и председатель Международного экономического форума в Давосе Клаус Шваб [11]. Технологии новой революции затрагивают разные области взаимодействия человека и машины, которые способствуют новому взгляду на трансформацию экономической сферы и транслируют новое качество жизни: передача информации (облачные технологии); слияние человека и машины (виртуальная и дополненная реальность); автоматизация и роботизация промышленной среды (3D-печать, робототехника, уберизация) [8].

Анализ проводился на основе выборки более 2000 статей англоязычных медиаресурсов за 2016–2019 гг., среди которых британские и американские онлайн-газеты, сетевые новостные порталы, новостные и специализированные сайты, кабельные и спутниковые теле- и радиоканалы. Проанализированы заголовки различных рубрик: «World» (Мир), «Lifestyle» (Образ жизни), «Science and Technology» (Наука и технологии), «Culture» (Культура), «Sport» (Спорт), «Medicine and Health» (Медицина и здоровый образ жизни), «Business and Finance» (Бизнес и финансы).

Фактическим материалом исследования послужили 305 заголовков публикаций англоязычных медиаресурсов. На основании анализа лингвистических особенностей и культурно-обусловленной информации, представленной в заголовках, были выделены следующие семантические подкатегории, которые указывают на формирование определённых научно-технических и производственных характеристик современного общества в ключе Индустрии 4.0: Automation (автоматизация, роль машин в жизни человека), Robotization (роботизация, робототехника), Digitization (оцифровывание, переход к цифровым решениям во всех областях жизни), Virtualization (виртуализация, создание виртуальной среды), Augmentation (аугментация, создание дополненной реальности), Disintermediation (дизинтермедиация, сокращение традиционной посреднической дистрибуторско-агентской коммуникации в силу доступности Интернета). В таблице 1 представлены выделенные семантические подкатегории, их лексико-семантическое выражение, количественные характеристики и процентное соотношение от общего количества проанализированных заголовков.

Таблица 1.

N	Семантическая подкатегория	Лексико-семантическое выражение	N заголовков	% от общего количества заголовков
1	Robotisation	robotisation robot robotic body robotic brain robotics	58	19,02
2	Automation	automation automated labour automated society	102	33,44
3	Digitisation	digitisation digital digit digitised	33	10,82
4	Disintermediation	disintermediation	22	7,21

5	Virtualisation	virtualisation virtual virtualised VR immersive	63	20,66
6	Augmentation	augmentation augmented augmented reality	27	8,85
	Итого		305	100

Согласно данным, приведенным в таблице 1, на первом месте по частотности использования в заголовках англоязычного медиадискурса находится семантическая подкатегория Automation (автоматизация, роль производственных машин в жизни человека) (33,44%). Лексико-семантическое выражение данной подкатегории представлено следующим образом: automation, automated. При этом были выделены только те заголовки, в которых понятие «автоматизация» имеет значение применения автоматизированного труда в качестве замены человеческого ручного труда машинным. Таким образом, автоматизация понимается в негативном производственном ключе, когда применение автоматизированного труда вытесняет человеческий, что трактуется как потеря рабочих мест, риск потерять работу для человека и может актуализироваться в заголовках в лексико-семантических выражениях: *to destroy millions of jobs* (уничтожит миллионы рабочих мест), *the jobs most at risk* (рабочие места подвержены риску), *threatens 800 million jobs* (угрожает 800 миллионам рабочих мест), *anxiety* (тревога из-за риска потерять работу).

Так, в заголовке *Automation could destroy millions of jobs* [The Guardian, 2018] негативные перспективы потери рабочих мест для сотен миллионов людей из-за автоматизации производственных процессов имплицированы в лексико-семантическом выражении *could destroy millions of jobs* (уничтожит миллионы рабочих мест). При этом риск для человечества настолько высок, что есть необходимость защитить людей от процессов, происходящих в современном обществе, что реализуется в лексико-семантическом выражении *to protect human* (защитить права человека в условиях автоматизации труда). *How to protect humans in a fully automated society* [The Verge, 2019]

Прагматическое воздействие на реципиента приведенного ниже заголовка сводится к тому, что автоматизированный труд является объектом тревоги: *Automation and anxiety* [The Economist, 2016].

Следующей по частотности упоминаний в заголовках англоязычных медиа выступает подкатегория Virtualisation (20,66%). Виртуальная или иммерсивная реальность составляет ядро данной категории и представлена в лексико-семантических сочетаниях *virtual reality*, *immersive reality*, в том числе акронимах (VR). Также широко используются лексические выражения в сочетании с прилагательным *virtual*. Виртуализация представляется авторами массмедийных изданий либо в нейтральном, либо в позитивном ключе. Так, в следующих примерах применение виртуальных технологий приобретает определённые положительные стороны. Так, например, в статье под заголовком *Can software virtualization bridge the gap between technologies?* [Forbes, 2016] виртуализация выступает как явление, объединяющее людей на всём земном шаре посредством электронных гаджетов, позволяет находиться на связи со

своими близкими или заниматься бизнесом в любой точке мира и т.п. В качестве механизма воздействия на реципиента автор использует лексико-семантическое выражение *bridge the gap between technologies* (объединять с помощью технологий).

Другим примером того, что виртуальность может принести позитивные изменения в эмоциональную сферу человека, является заголовок BBC *The surprising benefit of flying a virtual war plane*. [BBC, 2018] В лексическом выражении *surprising benefit* (удивительная/неожиданная выгода) реализуется потенциал получения удовольствия от пилотирования с помощью виртуального авиасимулятора и может пользоваться большим спросом среди мужской части населения, которая ищет подобного рода развлечений.

Сильным воздействием на адресата заголовков медиадискурса может обладать выражение *dreams come true* (мечты сбываются), которое реализуется в заголовке *Virtual reality's dream come true* [The Telegraph, 2016]. Реципиент воспринимает выражения 'Virtual reality' и 'dreams come true' в синтаксическом и семантическом единстве, что вызывает у него понимание того, что виртуальная реальность реализует любые мечты.

Семантическая подкатегория Robotisation (роботизация, робототехника) (19,02%) может иметь выражение в следующих лексико-семантических выражениях: *robotisation, robot, robotic*. Так, в отобранных заголовках выделенной категории роботизация интерпретируется в рамках уравнивания робота и человека в социальных правах и свободах, что реализуется в установках *the ethical rights of robots* (моральные права роботов) в заголовке *Now is the time to figure out the ethical rights of robots in the workplace* [CNBC, 2018]. Робот имеет те же характеристики физического здоровья, что и человек, например, *depressed robots* (расстроенные роботы), как показано в заголовке *What depressed robots can teach us about mental health* [The Guardian, 2018].

Таким образом, роботы обладают теми же характеристиками и свойствами, что и человек, но представляют маргинальный класс в человеческой иерархии, т.к. у них недостаточно юридических и социальных прав (*dull, dirty, dangerous and dear* (скучный, грязный, опасный и дорогостоящий)). При этом они являются источником опасности и их производство и обслуживание очень дорого обходится человеку, что следует из заголовка *The 4 Ds Of Robotization: Dull, Dirty, Dangerous And Dear* [Forbes, 2017]. С другой стороны, роботы способствуют освобождению человека от выполнения монотонного труда, что реализуется в таких лексико-семантических выражениях, как *set us free and reverse decline* (освободят нас и предотвратят упадок), что реализуется в заголовке *Robots can set us free and reverse decline, says Labour's Tom Watson* [Guardian, 2017].

Одной из лидирующих подкатегорий семантической категории «Индустрия 4.0» является Digitisation (оцифровывание, переход к цифровым решениям во всех областях жизни) (10,82%). Лексико-семантическое выражение может иметь следующие формы: *digitisation, digital, digit, digitised*. Анализ выбранных заголовков данной семантической подкатегории показывает, что цифровое представление данных и цифровые технологии оказывают позитивное воздействие и вызывают определённые ожидания в этой области, например, *is not a threat, it's God's gift* (не угроза, а дар Божий), что реализуется в

заголовке *Ikea boss Anders Dahlvig: 'Digitisation is not a threat, it's God's gift to us'* [The Telegraph, 2018].

Понятие аугментации или дополненной реальности, выраженной в лексико-семантической подкатегории Augmentation (8,85%), рассматривается в современных медиа как создание с помощью компьютера «аугментированных» (дополненных) элементов воспринимаемой реальности («augmented reality» – *дополненная реальность*). Понятие дополненной реальности в заголовках англоязычного медиадискурса чаще рассматривается в терминах негативных последствий. Например, в заголовке *Augmented reality: Apple and Google's next battleground* [The Guardian, 2017]. Понятие *battleground* (*поле битвы*) имеет негативные коннотации и воздействует на реципента таким образом, что он начинает мыслить дополненную реальность как источник конфликтных ситуаций, где сталкиваются интересы нескольких сторон. Также в заголовке *An Augmented Reality. A short story explores the possible quandaries of future wearable computing* [The Atlantic, 2018] дополненная реальность вызывает проблемы с компьютерным обеспечением, что актуализируется в лексическом выражении *possible quandaries* (*возможные трудности*).

Аутсайдерскую позицию среди лексико-семантических групп в заголовках медиа занимает Disintermediation (7,21%), поскольку дезинтермедиация, или освобождение от посредников в силу возрастания медийно-информационной грамотности общества, является новым понятием. Однако, повторение лексико-семантических выражений с этим словом в заголовочном дискурсе говорит о том, что современные медиа стремятся таким образом ввести это понятие в активное употребление. В одном из примеров заголовка автор фокусируется на позитивном влиянии этого явления на социальную жизнь общества: *Disintermediation rising: How digital is helping companies reach consumers directly* [Financial Express, 2017]. Позитивное влияние имплицировано в выражении *helping companies reach consumers directly* (*помогает компаниям связываться с потребителями без посредников*).

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что потенциал заголовочного дискурса современных медиа сводится к активизации области научно-технического знания, необходимой для смысловой интерпретации заголовка и служит, с одной стороны, привлечению внимания адресата, а, с другой стороны, формирует у него научно-технические представления о мире, в котором он функционирует. Анализ заголовочного дискурса современных англоязычных медиаисточников показывает, что в массмедийном пространстве современных англоязычных онлайн изданий лингвокультурные традиции формируют особую форму выражения медийного пространства.

Список литературы

1. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиа текстов: Опыт исследования современной английской медиа речи. М.: МАКС Пресс, 2000. 288 с.
2. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М.: Наука, 1987.
3. Темнова Е.В. The Guardian и футуризм: медиадискурс как средство формирования футуристической картины мира // *Cognitive studies of language. Vol XXXIV. Cognition and communication in today's globalized world. Papers of the 8th International Congress on Cognitive Linguistics, October 10–12, 2018. Moscow, Tambov, 2–18. P. 322–324.*

4. The Atlantic, 2016–2019 / URL: <https://www.theatlantic.com/world/> (дата обращения 01.02.2019)
5. BBC, 2016 – 2019 / URL: www.bbc.com/ (дата обращения 01.02.2019)
6. CNBC, 2016 – 2019 / URL: <https://www.cnbc.com/> (дата обращения 01.02.2019)
7. The Economist, 2016–2019 / URL: <https://www.economist.com/> (дата обращения 01.02.2019)
8. Industry 4.0: How to navigate digitization of the manufacturing sector / URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/operations/our-insights/industry-four-point-o-how-to-navigate-the-digitization-of-the-manufacturing-sector> (дата обращения 12.04.2019)
9. Financial Express, 2016–2019 / URL: <https://www.financialexpress.com/> (дата обращения 01.02.2019)
10. Forbes, 2016–2019. URL: <https://www.forbes.com> (дата обращения 01.02.2019)
11. The Fourth Industrial Revolution, by Klaus Schwab. URL: <https://www.weforum.org/about/the-fourth-industrial-revolution-by-klaus-schwab> (дата обращения 12.04.2019)
12. The Guardian, 2016–2019 / URL: <https://www.theguardian.com> (дата обращения 01.02.2019)
13. Larson, Ch.U. Persuasive Effect and Responsibility. Wandnorth Publishing Company. Belmont, Ca, 1995.
14. The Telegraph, 2016–2019 / URL: <https://www.telegraph.co.uk/> (дата обращения 01.02.2019)
15. The Verge, 2016–2019. URL: <https://www.theverge.com/> (дата обращения 01.02.2019)

LEXICAL SEMANTIC POTENTIAL OF ENGLISH MEDIA HEADLINES (BASED ON “INDUSTRY 4.0” SEMANTIC CATEGORY)

E.V. Temnova

Moscow State Institute of International Relations, Moscow

Nowadays English-language media discourse uses semantic subcategories of the Industry 4.0 semantic category to shape scientific and technical mentality in the recipient. An analysis of modern English-language media suggests that the cultural traditions of the headline discourse reshape the recipient’s mind within the scientific and technical paradigm that is typical of modern society.

Keywords: *media discourse, headline discourse, impact function, Industry 4.0.*

Об авторе:

ТЕМНОВА Елена Владимировна – кандидат филологических наук, старший преподаватель, кафедры английского языка № 2 МГИМО МИД России, e-mail: Elena.temnova@gmail.com