

УДК 811.111:070

А. В. Шугасєв,
аспірант

(Житомирський державний університет імені Івана Франка)

Shugaevandriy@rambler.ru

ORCID: 0000-0002-0008-2259

**РОЛЬ НОМІНАТИВНИХ ОДИНИЦЬ І ДИСКУРСИВНИХ МАРКЕРІВ У ФОРМУВАННІ
ІМІДЖУ ООН В АНГЛОМОВНОМУ МЕДІА-ДИСКУРСІ**

Стаття присвячена дослідженню номінативних одиниць і дискурсивних маркерів у формуванні іміджу ООН в новинних статтях. Увагу зосереджено на узагальненні та систематизації існуючих головних підходів сучасної лінгвістики до вивчення поняття "дискурсивний маркер". У роботі проілюстровано загальні особливості функціонування дискурсивних маркерів у медіа-дискурсі та їх важливість у створенні іміджу міжнародної організації ООН як міжнародної інституції з підтримання миру і безпеки в усьому світі.

Ключові слова: медіа-дискурс, імідж, дискурсивний маркер, ООН.

Постановка проблеми. Сучасна лінгвістика зосереджує свій інтерес на вивченні особливостей використання мовних одиниць у медіа-дискурсі з метою привернення уваги, інформування та впливу на аудиторію. Імідж є найефективнішою формою впливу на аудиторію, який формується за допомогою вербальних засобів для досягнення певних цілей.

Мета статті – проаналізувати роль номінативних одиниць і дискурсивних маркерів (ДМ) у формуванні іміджу ООН в англomовному медіа-дискурсі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останні роки з'являються окремі праці, в яких науковці зосереджують свою увагу на розкритті функціональних можливостей дискурсивних маркерів з різних позицій. На матеріалі англійської мови переважно досліджують дискурсивні та прагматичні особливості дискурсивних маркерів. Головними представниками двох течій є Дебора Шифрін і Брюс Фрейзер, які зробили значний вклад у розробку теоретичної і практичної бази вивчення досліджуваних одиниць.

Виклад основного матеріалу. Залежно від сфери застосування мови виділяють різні типи дискурсу. Найбільш поширеним є медіа-дискурс, який реалізується в межах комунікації ЗМІ і розглядається як сукупність процесів і продуктів мовленнєвої діяльності в галузі масової інформації. Основою для виділення мас-медійного дискурсу є різні сфери комунікації людини, мовленнєвої практики і функціонування мови у відповідних видах діяльності [1].

На сучасному етапі розвитку лінгвістичної науки сформувалися когнітивний [2: 23; 3], дискурсивний [4; 5] і прагматичний підходи до вивчення медіа-дискурсу [6].

Мовні одиниці, які функціонують у медіа-дискурсі поділяють на називні, які характеризують предмети і явища, та неназивні, котрі обслуговують конкретні акти мовлення. До перших зараховують загальні іменники, власні назви, кількісні числівники, а до других – дейктичні одиниці, зв'язкові слова, артиклі [7].

Дискурсивні маркери належать до неназивних мовних одиниць. У лінгвістиці існує декілька назв, які позначають ці функціональні одиниці: дискурсивні маркери, дискурсивні частинки, дискурсивні конективи, прагматичні маркери. Найбільш поширеним є термін "дискурсивні маркери", що позначають секвенційно залежні частинки, які розмежовують одиниці мовлення [8: 3].

Дискурсивні маркери використовуються в офіційному контексті під час презентації блоків інформації. Вони представляють функціональний клас лексичних виразів, які існують в будь-якій мові і не вносять ніякого значення в пропозиційний зміст висловлення думки, однак маркують аспекти повідомлення, які має на меті передати комунікант [9: 386]. Головною функцією дискурсивних маркерів є відображення зв'язку між відрізками дискурсу, що виявляється у забезпеченні зв'язності, тобто дискурсивні маркери є засобами когезії і когерентності. Когезія сприяє формальному зв'язку дискурсу за допомогою граматичних і лексичних засобів, а когеренція смисловій організації тексту як єдиного цілого. Відповідно до такого підходу дискурсивні маркери – це одиниці, які залежать від послідовності смислів і розбивають мовлення на частини [8: 57], забезпечуючи контекстуальну координацію для подальшого представлення тексту.

Дискурсивні маркери відображають інтенції адресанта і адресата, тлумачать дискурс, з позицій мовця і слухача, надають можливість адресанту покращити модель висвітлення інформації в дискурсі.

Дискурсивний підхід передбачає тісний взаємозв'язок дискурсу і маркерів, де маркери досліджують у якості дейктиків. За формою дискурсивні маркери поділяють на з'єднувальні (and, but, or), окличні (oh), прислівні (now, then) та лексичні фрази (you know, I mean) [8].

У межах прагматичного підходу за допомогою дискурсивних слів встановлюється взаємозв'язок з попереднім контекстом й визначається характер відношень з різними елементами тексту. Дискурсивні

маркери мають центральне процесуальне значення, а їх інтерпретація зумовлена лінгвістичним і концептуальним контекстом. Вони розглядаються як один з чотирьох різновидів прагматичних маркерів:

1) базові маркери (basic pragmatic markers); 2) маркери-коментарі (commentary pragmatic markers); 3) паралельні маркери (parallel pragmatic markers); 3) дискурсивні маркери (discourse markers) [9].

Розглядаючи дискурсивні маркери як одиниці, які забезпечують зв'язність тексту і відображають процес взаємодії комунікантів, інтерпретацію адресантом фактологічної інформації, ДМ здатні впливати на створення іміджу міжнародних організацій в медіа-дискурсі, зокрема ООН, яка намагається сформувати позитивний імідж задля досягнення своїх галузевих цілей. Створення іміджу є невід'ємною частиною існування будь-якої установи. Він надає можливість пояснити, що представляє собою організація і до чого прагне. Кожна організація має імідж, який вона хоче передати громадськості. Він може включати ефективність, турботу, швидкість, роботу в національних масштабах чи будь-який інший аспект. Особистісний характер організації зумовлений позиціями, які вона займає, і тим, яким чином ці позиції передаються загалом за допомогою мас-медіа. Імідж (англ. *image* – образ) – образ об'єкта, сформований у психіці людей, до якого в них виникає оцінне ставлення, що проявляється у формі думки. Це комплексне утворення, що включає семіотичну, когнітивну, образну й емоційну складові. Він базується на емоційному впливі. Імідж міжнародної організації набуває вагомого значення в умовах зростаючої глобальної напруженості і поширення тероризму. Він сприяє оптимізації та ефективній роботі самої організації, підвищуючи її авторитет на світовій арені та в очах пересічних читачів новинних статей. Для ООН важливим інструментом формування іміджу є Департамент громадської інформації, який виступає головним джерелом новин про діяльність міжнародної організації. Основною її метою є висвітлення подій у яких бере участь ООН за допомогою інформування, дослідження громадської думки і розповсюдження фактичної інформації про організацію. Тобто, вербалізований імідж міжнародної організації створюється в процесі цілеспрямованої діяльності групи людей з певною кваліфікацією, у результаті якої в адресантів виникає низка уявлень та оцінок, пов'язаних з діяльністю ООН. Аналіз іміджу здійснюється за допомогою використання лінгвістичних методів дослідження, оскільки вербальні засоби відіграють ключову роль у процесі його формування.

В англомовних інформаційних та інформаційно-аналітичних медіа-текстах функціонує низка дискурсивних маркерів, які володіють певним маніпулятивним впливом і викликають необхідну реакцію зі сторони читача. Маркери виступають показниками оцінки автора статті до інформації, яка зазначена в пропозиційному змісті повідомлення, що відображено у наступному реченні :

(1) *The figures capture those who were killed or maimed by overt violence, **but** countless others have died from the lack of access to basic food, water or medical care* [The United Nations].

Контрастивний дискурсивний маркер **but** виконує функцію протиставлення з метою відображення жаклих наслідків війни, які позначені присудками *were killed, have died*. Означений іменник *the figures* у формі множини і квантифікативна фраза *countless others* вказує на осіб, які загинули безпосередньо під час військових дій, і тих, які померли з інших причин, спровокованих наслідками війни.

(2) *A United Nations report released today details the severe and extensive impact on civilians of the ongoing conflict in Iraq, with **at least** 18,802 civilians killed.*

(3) *Of the total number of casualties, **at least** 3,855 civilians were killed and 7,056 wounded between 1 May and 31 October last year* [The United Nations].

У вищенаведених реченнях спостерігаємо два випадки використання дискурсивних маркерів з семантикою кількісної оцінки **at least**. Іменникові фрази з кількісними числівниками *18,802 civilians, 3,855 civilians* у постпозиції до **at least** посилюють емоційний вплив дискурсивного маркеру на адресата. Крім того, за допомогою маркерів даного типу досягається об'єктивність і фактичність повідомлюваної інформації. Локальний орієнтатор *Iraq*, виражений онімом, позначає місце ведення війни і слугує засобом позначення обмеженої території, де відбувається розгортання конфлікту. **At least** маркує мінімальне число, де вектор кількісної оцінки направлений на подальше зображення збільшення загиблих під час війни. Це пояснює втручання міжнародної організації ООН задля примирення ворогуючих сторін конфлікту і запобігання жертв серед цивільного населення. В кінці статті динаміка представлення негативної інформації спадає, що відображено в наступному реченні :

(4) ***Meanwhile**, UN High Commissioner for Human Rights Zeid Ra'ad Al Hussein warned that the civilian death toll may be considerably higher, and called for urgent action to rein in the impunity enjoyed by the vast majority of the perpetrators of violence* [The United Nations].

Суспільне адресне ім'я *UN High Commissioner for Human Rights Zeid Ra'ad Al Hussein* ідентифікує особу за її статусом, який позначений прикладкою *UN High Commissioner for Human Rights*, котра співвідносить особу як верховного комісара з найвищими позначками статусної вертикалі співробітників ООН. Чотиримісний антропонім *Zeid Ra'ad Al Hussein* ідентифікує особу. Дискурсивний маркер **meanwhile** сигналізує про введення пропозиції, вказуючи на важливу роль референта у розв'язанні конфлікту. Препозиційна адресна форма, взаємодіючи з антропонімом, спрямована на конструювання

образу представника міжнародної організації. Предикат *call for* апелює до негайного припинення жорстокості, що відповідає засадничим функціям ООН.

Маркер **however** акцентує втрату позитивних очікувань, які представлені номінативними одиницями *emergency inter-agency United Nations airlift, life-saving humanitarian assistance* :

(5) *Approval has been secured for an emergency inter-agency United Nations airlift to deliver life-saving humanitarian assistance to the area. However, fierce clashes in the vicinity of the military airport have prevented the operation from proceeding* [The United Nations].

Невідповідність результату бажаному призводить до недовіри і сумнівів, що міжнародна організація здатна ефективно виконувати покладені на неї зобов'язання. Наступне речення нівелює неочікуваний висновок попереднього, де зазначена негативна інформація, ядром якої є атрибутивне словосполучення *fierce clashes* :

(6) *The UN is also reporting that its agencies, along with the International Committee of the Red Cross and Syrian Arab Red Crescent, are on their way to take food, fuel and health supplies to Zabadani, while nutrition and health teams began conducting field assessments in Madaya and Zabadani* [The United Nations].

Багатомісна реляційна власна назва *the International Committee of the Red Cross and Syrian Arab Red Crescent* та іменне трикомпонентне словосполучення *nutrition and health teams* свідчить про принцип кооперації ООН з іншими міжнародними організаціями та волонтерськими групами. Інфінітивна фраза *to take food, fuel and health supplies* відображає діяльнісний вектор ООН, акцентуючи на дієздатність і готовність міжнародної організації до виконання функціональних обов'язків. Дискурсивний маркер **while** вносить у речення відтінок протиставлення і вказує на початок роботи волонтерських груп з метою запобігання гуманітарної катастрофи.

(7) *In the face of ceasefire violations Mr. Ban's Special Envoy for Yemen Ismail Ould Cheikh Ahmed adjourned peace talks in Switzerland in December to allow for bi-lateral in-country and regional consultations to achieve a comprehensive ceasefire.*

(8) **But** *the year-long conflict between various factions, which has already killed thousands of people, displaced 2.5 million and imperiled the food security of 7.6 million, has continued unabated, pushing back the calendar* [The United Nations].

У вищенаведених прикладах дискурсивний маркер **but** сигналізує про повернення до головної теми повідомлення і фокусує увагу читача на попередньому контексті, що формує позитивне уявлення про діяльність ООН серед цільової аудиторії за допомогою атрибутивних словосполучень *regional consultations, a comprehensive ceasefire*. Як дейктичний елемент дискурсу **but** співвідносить повідомлення з координатами автора статті і відсилає адресата до попереднього сегменту. Антропонім *Ismail Ould Cheikh Ahmed* сполучається з чотирьохкомпонентною реляційною фразою, яка позначає статус особи і вказує на її підпорядкування Генеральному секретарю ООН. Адресне ім'я надає позначеній особі певний авторитет і передбачає низку повноважень. Контрастивний дискурсивний маркер **but** маркує обмеження позитивних очікувань читача, який в контексті ситуації може розраховувати на нормалізацію відносин між сторонами конфлікту.

Контрастивні дискурсивні маркери **but**, **however** пов'язані з контекстуальним ефектом протиставлення. Вони допомагають читачу зрозуміти пропозицію речення, де знаходиться концептуальна інформація, вносячи відтінок протиставлення, яке сприяє процедурному значенню детермінувати процес інтерпретації пропозиції, у межах якої функціонують номінативні одиниці, що слугують для іменування та повідомлення про предмети, процеси і якості. Дискурсивний маркер з семантикою кількісної оцінки **at least** має функцію імплікації зростання, яка пов'язана з функцією емоційного впливу. Темпоральний дискурсивний маркер **while** вказує на одночасність розвитку подій в пропозиціях, а **meanwhile** в ініціальній позиції інтенсифікує важливість референта у реченні. Дискурсивні маркери не мають оціночного компоненту, але виступають показниками оцінки.

Висновки. Аналіз досліджуваного матеріалу дозволяє зробити висновок про те, що англomовному медіа-дискурсу притаманне вживання низки дискурсивних маркерів, що використовуються для організації і прагматичного навантаження дискурсу. Вони надають можливість номінативним одиницям речення реалізувати свій потенціал у формуванні позитивного іміджу міжнародної організації ООН. Частотність використання дискурсивних маркерів є найвищою на початку досліджуваних статей. Це пояснюється тим, що інформація в новинних статтях розміщена у вигляді перевернутої піраміди для того, щоб зацікавити адресата в отриманні нових знань і утримати його увагу. Головною особливістю іміджу ООН є його формування на фоні негативної інформації, що працює на позитив.

Перспективи подальших досліджень. У подальших розвідках вбачаємо доцільним розглянути та проаналізувати вплив гендерних факторів на формування іміджу міжнародної організації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика : системный подход к изучению языка СМИ : современная английская медиаречь / Т. Г. Добросклонская. – М. : Наука, 2008. – 264 с.

2. Федоров А. В. Словарь терминов по медиа образованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности / А. В. Федоров. – Таганрог, 2010. – 187 с.
3. Дейк Т. ван Язык. Познание. Коммуникация / Т. ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 310 с.
4. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа / В. Г. Костомаров. – М., 1999. – 308 с.
5. Солганик Г. Я. Системный анализ газетной лексики и источники ее формирования : автореф. дис. на соискание уч. степени д-ра филол. наук : спец. 10.01.10 "Журналистика" / Г. Я. Солганик. – М., 1976. – 42 с.
6. Fetzer A. Political Discourse as Mediated and Public Discourse / A. Fetzer, E. Weizman. – Journal of Pragmatics 38. – P. 143–153.
7. Уфимцева А. А. Лингвистическая сущность и аспекты номинации. Языковая номинация. Общие вопросы / Уфимцева А. А., Азнаурова Э. С., Кубрякова Е. С. – М. : Наука, 1977. – 792 с.
8. Schiffrin D. Discourse Markers : Language, Meaning, and Context. Handbook of Discourse Analysis / D. Schiffrin, 2001. – 75 p.
9. Fraser B. An Approach to Discourse Markers / B. Fraser // Journal of Pragmatics, 1990. – P. 383–395.
10. The United Nations 7. 04. 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа до сайту : <http://www.un.org/ru/index.html>.

REFERENCES (TRANSLATED & TRANSLITERATED)

1. Dobrosklonskaya T. H. Medialingvistika : sistemnyi podkhod k izucheniiu yazyka SMI : sovremennaya angliiskaya mediarech [Media Linguistics : a System Approach to the Mass–Media Language Learning : Modern English Media Speech] / T. H. Dobrosklonskaya. – М. : Nauka, 2008. – 264 s.
2. Fedorov A. V. Slovar' terminov po media obrazovaniyu, mediapedagogike, mediagramotnosti, mediakompetentnosti [Media Education, Media Pedagogics, Media Literacy, Media Competence Terms Dictionary] / A. V. Fedorov. – Таганрог, 2010. – 187 s.
3. Dejk T. Van Yazyk. Poznaniye. Kommunikatsiya [Language. Perception. Communication] / T. van Dejk. – М. : Progress, 1989. – 310 s.
4. Kostomarov V. H. Yazykovoy vkus epokhi. Iz nabludeniya nad rechevoy praktikoy mass-media [Epoch Language Taste. Mass–Media Speech Experience] / V. G. Kostomarov. – М., 1999. – 308 s.
5. Solhanik H. Y. Sistemnyi analiz gazetnoy leksiki i istochniki yeyo formirovaniya : avtoref. dis dla polucheniya stepeni d-ra filol. nauk : spets. 10.01.10 "Zhurnalistika" [A System Analysis of News– Paper Words and a Source of Its Formation] / H. Y. Solhanik. – М., 1976. – 42 s.
6. Fetzer A. Political Discourse as Mediated and Public Discourse / A. Fetzer, E. Weizman. – Journal of Pragmatics 38. – P. 143–153.
7. Ufimtseva A. A. Linhvisticheskaya sushchnost' i aspekty nominatsii. Yazykovaya nominatsiia. Obshchiye voprosy [A Linguistic Essence and Nomination Aspects] / Ufimtseva A. A., Aznaurova E. S., Kubryakova E. S. – М. : Nauka, 1977. – S. 7–92.
8. Schiffrin D. Discourse Markers : Language, Meaning, and Context. Handbook of Discourse Analysis / D. Schiffrin. – 2001. – 75 p.
9. Fraser B. An Approach to Discourse Markers / B. Fraser // Journal of Pragmatics, 1990. – P. 383–395.
10. The United Nations 7. 04. 2016 [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu : <http://www.un.org/ru/index.html>.

Шугаев А. В. Роль номинативных единиц и дискурсивных маркеров в формировании имиджа ООН в англоязычном медиа-дискурсе.

Статья посвящена исследованию номинативных единиц и дискурсивных маркеров в формировании имиджа ООН в информационных статьях. Внимание сосредоточено на обобщении и систематизации существующих главных подходов современной лингвистики к изучению понятия "дискурсивный маркер". В работе проиллюстрированы общие особенности функционирования дискурсивных маркеров в медиа-дискурсе.

Ключевые слова: медиа-дискурс, имидж, дискурсивный маркер, ООН.

Shuhaiev A. V. The Role of Nominative Units and Discourse Markers in the Formation of the UN Image in English Media-Discourse.

The article deals with the research of nominative units and discourse markers in the formation of the UN image in informational articles. The attention focuses on the generalization and systematization of modern linguistics main approaches to the notion "a discourse marker". The article illustrates general peculiarities of discourse markers functioning in media-discourse. Conflicts serve as a starting point for the United Nations involvement to resolve any misunderstanding between states. Discourse markers reflect conflict relations between propositions in the sentence. In addition, they acquire evaluative characteristics within media discourse. The international organization reflects greater concern with the probability of conflict than with the possibility of cooperation. On the whole, it does not have influence on the positive image formation of the United Nations in media discourse. The United Nations has made significant positive contributions in maintaining international peace and security,

promoting cooperation among countries and international development. Strengthening the role of the above mentioned institution in the new century and promoting the establishment of a just and reasonable international political and economic order goes along with the trend of history and is in the interest of all countries. In order to strengthen the role of the United Nations, efforts should be made to uphold its positive image worldwide by means of mass communication media.

Key words: *media-discourse, image, discourse markers, the UN.*