

адукацыі [9]. Таму зварот да перакладчыцкіх стратэгіі адлюстроўваецца ў вучэбных дапаможніках па сучаснай нямецкай мове як замежнай [10], а таксама па лінгвакультуралагічнаму апісанню нямецкай мовы як замежнай [11].

### **Бібліяграфічны спіс**

1. Алексеева, И. С. Текст и перевод: вопросы теории / И. С. Алексеева. – М. : Международные отношения, 2008. – 184 с.
2. Гарбовский, Н. К. Теория перевода / Н. К. Гарбовский. – М. : Изд-во Московского ун-та, 2004. – 544 с.
3. Комиссаров, В. Н. Современное переводоведение : учебное пособие / В. Н. Комиссаров. – М. : ЭТС, 2001. – 424 с.
4. Сдобников, В. В. Стратегия перевода : общее определение / В. В. Сдобников // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2011. – Вып. 1. – С. 165–172.
5. Старасціна, Г. М. Мастацкі пераклад: лінгвістычны аспект / Г. М. Старасціна. – Магілёў : МДУ імя А. А. Куляшова, 2009. – 76 с.
6. Швейцер, А. Д. Теория перевода : статус, проблемы, аспекты / А. Д. Швейцер. – Москва : Либроком, 2009. – 411 с.
7. Шлепнев, Д. Н. Стратегия перевода и параметры стратегических решений / Д. Н. Шлепнев // Перспективы науки и образования. – 2018. – № 5 (35). – С. 161–170.
8. Krings, H. P. Was in den Köpfen von Übersetzern vorgeht. Eine empirische Untersuchung zur Struktur des Übersetzungsprozesses an fortgeschrittenen Französischlernern / H. P. Krings. – Tübingen : Gunter Narr Verlag, 1986. – 570 S.
9. Иванов, Е. Е. Качество лингвистического образования в Республике Беларусь (в аспекте межкультурной коммуникации) / Е. Е. Иванов // Проблемы качества образования в Белоруссии и России в контексте интеграционных процессов : в 2 ч. / Российская академия образования ; под ред. М. И. Вишневого, В. В. Мосолова. – М. : РАО, 2008. – Ч. 1. – С. 161–170.
10. Балабанова, Т. Н. Практический курс немецкого языка – 1 = Sprachpraxis Deutsch – 1 : учеб.-метод. пособие / Т. Н. Балабанова, И. В. Нивина, Н. А. Протасова, А. М. Старостина, А. Д. Теплякова. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2021. – 212 с.
11. Протасова, Н. А. Лингвокультурология : учеб.-метод. пособие / Н. А. Протасова. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2018. – 193 с.

## **НЕКООПЕРАТИВНЫЕ РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ В ЯЗЫКЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

***Е. Д. Степанова (Могилев, Беларусь)***

Средства массовой информации занимают заметное место в современной общественной жизни, являясь неотъемлемой частью ее коммуникационного пространства. С развитием информационных технологий СМИ получают все большее распространение, воздействуют на массовое сознание аудитории, оказывают как мировоззренческое, так и ценностно-ориентированное влияние на социум, формируют современную картину мира [8, с. 76]. Язык СМИ стал объектом научной дисциплины «Медиалингвистика», которая является одним из наиболее перспективных направлений современного языкознания [13]. Знание специфики языка СМИ рассматривается как значимый компонент языковой и лингвистической компетенции специалистов по иностранным языкам, поэтому актуальные проблемы медиалингвистики находят отражение в современных пособиях по английскому языку для высшей школы [4; 9].

При изучении текстов массовой информации большое внимание уделяется расширенному пониманию контекстуальной перспективы дискурса [6, с. 20]. В широком понимании медиадискурс предстает как совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия [7 с. 110]. Медиа́тэкст как дискретная единица медиадискурса активно исследуется в настоящее время как объект коммуникативной и дискурсивной лингвистики. Медиа́тэкстом может называться любой носитель, вид и жанр информации [8, с. 75]. В рамках изучения медиадискурса прежде всего рассматриваются различные аспекты медиаречи, особенности функционирования общенародного языка в сфере массовой коммуникации, реализация функционально-стилевого статуса языка СМИ, влияние социокультурных факторов на медиаречь, лингвомедийные технологий воздействия на массовую аудиторию и др. [6, с. 23].

При обращении к аудитории субъекты СМИ используют устойчивые медиастилистические и риторические средства, характерные для того или иного вида массовой коммуникации [6, с. 31]. Экстралингвистические факторы, затрагивающие политическую, историческую, культурную, социальную и другие сферы, детерминируют выбор языковых средств в СМИ [6, с. 31]. Отмечается, что в медиадискурсе распространены приемы информационной манипуляции как способа идеологического воздействия на аудиторию [8, с. 77].

Выбор тех или иных языковых средств для выражения определенного содержания в текстах массовой информации также может быть идеологически обусловлен [7, с. 63]. В связи с этим могут нарушаться существующие законы организации коммуникации, известные как максимы качества и количества – искажение, подтасовка фактов и умалчивание части информации [12, с. 156]. В этом случае можно говорить о проявлении в языке СМИ некооперативных языковых стратегий, которые противоречат регулирующим речевое поведение человека прагматическим принципам кооперации и вежливости [11, с. 453].

В основе некооперативных речевых стратегий лежит так называемый «язык вражды» [3], под которым понимается «совокупность языковых средств и речевых приемов, выражающих негативное, основанное на стереотипах или предубеждениях, отношение к адресату – носителю ценностей, отличных от ценностей адресанта, и, как следствие, вербализующих тот или иной вид дискриминации или нетерпимости» [1, с. 77]. Однако «язык вражды» не обязательно актуализирует категорию интолерантности [14], [15]. Например, некооперативные речевые стратегии в рамках политического дискурса могут быть направлены в адрес политического оппонента с целью победы в конкурентной борьбе за власть или снижения значимости оппонента на политической арене [11].

Медиадискурс обладает рядом функций: информативной, регулятивной, образовательной, развлекательной, фатической и рекламной [8, с. 78]. Регулятивная функция включает в себя субфункции идеологического и социального контроля, а также манипуляции общественным сознанием. Регулятивная функция стимулирует в медиадискурсе распространение некооперативных речевых стратегий. При установлении контакта с аудиторией субъект СМИ может оказать воздействие на нее путем того или иного целенаправленного коммуникативного поведения, в том числе задействуя категорию враждебности, вследствие чего происходит деление людей (как объектов описания в СМИ) по категориям «свои» или «чужие» на основании стереотипов или предубеждений [2].

К некооперативным речевым стратегиям, нарушающим (разрушающим) максимы речевого общения в медиадискурсе, можно отнести такие, как «стратегия вуалирования» (сглаживания нежелательной информации), «стратегия мистификации» (целенаправленного сокрытия информации и введения аудитории в заблуждение), а также «стратегия анонимности» (деперсонализации), с помощью которой субъект СМИ снимает с себя ответственность за передаваемую информацию, а соответственно за ее качество и количество [10, с. 61]. В целях манипуляции сознанием адресата в СМИ используются такие стратегии, как «стратегия самопрезентации» и «стратегия дискредитации» [10 с. 63]. Данные речевые стратегии несут

в себе тот или иной перлокутивный эффект, оказывающий воздействие на сознание массовой аудитории, и призваны тем или иным образом навязать нужную точку зрения адресату, скрыть информацию, выставить то или иное лицо или событие в благоприятном или неблагоприятном свете и др. Использование данных речевых стратегий характеризует большинство современных СМИ.

Таким образом, одним из направлений современной медиалингвистики можно считать изучение лингвомедийных технологий воздействия на аудиторию, а также языкового инвентаря такого воздействия. Некооперативные речевые стратегии, которые включают стратегии вуалирования, мистификации, анонимности, самопрезентации и дискредитации, обладают существенным прагматическим потенциалом и имеют цель навязать определенную (нужную) точку зрения массой аудитории, ввести в заблуждение, выставить лицо или событие в том или ином свете и др. Изучение речевых стратегий такого рода в СМИ позволит выработать эффективные рекомендации, как противостоять деструктивным субъектам СМИ (выявлять и пресекать их деятельность).

### Библиографический список

1. Василенко, Е. Н. Конфликт ценностей в интернет-коммуникации: когнитивный и прагматический аспекты / Е. Н. Василенко. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2022. – 236 с.
2. Василенко, Е. Н. «Язык вражды» как форма проявления конфликтов, основанных на стереотипах / Е. Н. Василенко // Труды БГТУ. Серия 4, Принт- и медиатехнологии. – 2021. – № 2 (249). – С. 90–97.
3. Василенко, Е. Н. «Язык вражды» как предмет научного анализа и как социальный феномен (теоретическое обоснование перспектив исследования) / Е. Н. Василенко // Филология и человек. – 2019. – № 4. – С. 136–145.
4. Василенко, Е. Н. English. Developing Speaking and Writing Skills: учеб. пособие: в 2 ч. / Е. Н. Василенко, Е. Е. Иванов, А. Н. Шестернёва. – Минск: РИВШ, 2023. – Ч. 1. – 292 с.
5. Давыдова, С. В. Язык средств массовой информации / С. В. Давыдова // Lingua mobilis. – 2011. – № 2 (28). – С. 93–96.
6. Добросклонская, Т. Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации / Т. Г. Добросклонская // Вестник Московского ун-та. Серия 10, Журналистика. – 2006. – № 2. – С. 20–33.
7. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления / Т. Г. Добросклонская. – Интеллектуальная издательская система Ridero, 2020. – 180 с.
8. Зиновьева, Е. С. Изучение дискурса в рамках медиалингвистики / Е. С. Зиновьева // Верхневолжский филологический вестник. – 2016. – № 3. – С. 73–80.
9. Иванов, Е. Е. Курсовые работы по языкознанию / Е. Е. Иванов, Ю. А. Петрушевская. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2017. – 204 с.
10. Сальникова, Н. В. Речевые стратегии манипулирования сознанием в СМИ / Н. В. Сальникова, Д. Ш. Магомедова // Международный науч.-исслед. журнал. – 2016. – № 6 (48). – С. 61–64.
11. Сиворакша, М. А. Дискредитация как разновидность конфликтного общения / М. А. Сиворакша // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. – 2007. – № 44. – С. 452–457.
12. Федорова, К. И. Реализация речевой агрессии: стратегия дискредитации и стратегия манипулирования в англоязычных СМИ / К. И. Федорова, Н. В. Сабурова, С. В. Николаева // Вестник Северо-Восточного фед. ун та им. М. К. Аммосова. – 2016. – № 5. – С. 154–166.
13. Шевцова, А. К. Основы медиалингвистики / А. К. Шевцова, А. Л. Каширина. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2021. – 148 с.
14. Vasilenko, E. N. Sexist hate speech: topical organization of intolerant discourse / E. N. Vasilenko // Językoznawstwo. – 2020. – № 1 (14). – S. 47–60.
15. Vasilenko E. Online hate speech in Belarus: highlighting the topical issues / E. Vasilenko // Zeitschrift fur Slawistik. – 2021. – Vol. 66. – No 4. – S. 558–577.