

Метафора как инструмент преднамеренной дезинформации в современных британских СМИ

DOI: 10.24833/2949-6357.2024.GEO.1

УДК: 81'42

Г. В. Защитина

Аннотация:

В статье рассматриваются метафоры в сильной позиции — заголовках британских СМИ, приводящие к смещению информационного и прагматического фокуса новостного сообщения, и способствующие созданию условий для преднамеренной деформации информационного потока и целенаправленной манипуляции. В работе обращается внимание на то, какая роль отводится метафорическим вторичным номинациям, являющимся конструктивными элементами журналистского дискурса, способными не только выражать определённое отношение или оценку события, но и приводить к референтным сдвигам с последующим смещением смысловых акцентов, прагматического фокуса сообщения. Отмечается также, что преднамеренная деформация информационного потока зачастую имеет своей целью, наряду с повышением информационного статуса сообщения, ещё и помощь в реализации целого ряда достаточно субъективных прагматических задач. Путем анализа случаев актуализации метафорических номинаций, способствующих введению в заблуждение потенциального адресата, было указано на возросшую необходимость воспринимать поступающую информацию, непременно определяя её истинность.

Ключевые слова: дискурс СМИ, масс-медиаальная метафора, преднамеренная дезинформация, прагматика СМИ.

Репрезентация и воспроизведение событий-новостей журналистами — это не единственная цель СМИ: стремясь добиться монополии на формирование общественного мнения и мировоззрения огромного количества адресатов, СМИ обращаются к вторичным номинативным средствам — прежде всего метафорам — которые могут помочь журналисту в реализации определённых дискурсивных стратегий, предполагая при этом не только выдвигание субъективно значимой информации, но и её намеренное искажение [Гришаева 2023]. Зачастую это служит целям привлечения аудитории с помощью специфических заголовков, провоцирующих интернет-пользователей обращать внимание на конкретный контент в расчёте на свойственные человеческой природе чувства любопытства, возмущения или недоумения [Вольская 2018].

Хотя информирование является по умолчанию ключевой функцией СМИ, можно с сожалением констатировать, что последние более не являются источником истинной информации, в значительной степени находясь под идеологическим контролем. Показательно также и то, что мы можем столкнуться не столько с заведомо ложными фактами, сколько искажёнными, что и приводит к намеренным деформациям информационного потока [Дукян, Котова 2018].

При этом целью настоящего исследования, помимо внимания к вышеуказанным проблемам, являлось преимущественно изучение особенностей привлечения и функционирования в англоязычном медиадискурсе метафорических номинации в роли не только оценочных, но и конструктивных элементов, обеспечивающих смысловую и прагматическую завершенность текста. Материалом исследования выступили информационные и передовые статьи за 2022–2023 год авторитетного медиа ресурса “Гардиан”. Определяющим критерием отбора материалов являлось присутствие

метафорических номинаций преимущественно в заголовке, но также и иных сильных позициях статей (вводка/лид, завершающий абзац), позволяющих проследить их оценочный и воздействующий потенциал, а также дистрибуцию, семантические и прагматические связи данных элементов, их роль в определении характера референтной соотнесённости медиа дискурса.

Преднамеренная деформация информации понимается в данной связи, как набор определённых стратегий и приёмов, которые используются адресантом для усиления речевого воздействия на адресата. Необходимо отметить при этом, что сам характер этих приёмов находится в тесной зависимости от целого ряда факторов как лингвистического, так и экстралингвистического порядка. В частности, для нас представляет важность такой экстралингвистический фактор, как нехватка у значительных групп адресатов времени, необходимого для подробного изучения полного текста статьи, что зачастую вынуждает последних ограничиться лишь знакомством с заголовком и лидом, на основе которых и строятся оценочные суждения об освещаемых проблемах. Именно на данном факторе, по нашему мнению, основан в ряде случаев расчёт журналиста, помещающего в заголовке новостного материала, который наряду с лидом должны репрезентировать информационный и прагматический фокус сообщения, метафорическую номинацию, порой гиперболическую. Стоит заметить, что оценочный аспект такой метафоры полностью подавляет образную основу тропа. При этом по мере знакомства с лидом и последующими конкретизирующими абзацами становится очевидным внезапный референтный сдвиг сообщения, а также смещение истинного прагматического фокуса в конец сообщения — преимущественно в сторону последнего, сильного абзаца.

Приведём примеры проанализированных случаев актуализации прагматически значимых метафор в медиа репрезентации событий.

После известий о том, что миллиардер Илон Маск, ставший новым владельцем социальной сети “Твиттер”, начал проводить далеко не самую “удобную”, по мнению нынешней демократической политической элиты США, кадровую и информационную политику, “Гардиан” разместил ряд материалов, освещающих характер новой корпоративной политики Маска, со следующим заголовками:

Elon Musk Will Make Twitter Worse — And It’s Already a Cesspit of Nazis and Killjoys [Arwa Mahdawi. Elon Musk will make Twitter worse — and it’s already a cesspit of Nazis and killjoys. The Guardian. <https://www.theguardian.com>, 26.04.2022]. (‘*При Илоне Маске компания “Твиттер” придет в ещё больший упадок, хотя это уже и так помойная яма — прибежище нацистов и зануд’*).

Tears, Blunders and Chaos: Inside Elon Musk’s Twitter [Zoë Schiffer, Casey Newton and Alex Heath. Tears, Blunders and Chaos: Inside Elon Musk’s Twitter. The Guardian. <https://www.theguardian.com>, 29.01.2023]. (‘***Слёзы, промахи и хаос***: что сейчас творится в “Твиттере” Илона Маска’).

Exodus Continues at Twitter as Elon Musk Hints at Possible Bankruptcy [Johana Bhuiyan. Exodus Continues at Twitter as Elon Musk Hints at Possible Bankruptcy. The Guardian. <https://www.theguardian.com>, 11.11.2022]. (‘На фоне высказываний Илона Маска о возможном банкротстве “Твиттера” в самой компании по-прежнему наблюдается ***массовое бегство*** сотрудников’).

Chaos Unleashed: Elon Musk’s Wild ride at Helm of Twitter Could Bring it Down [Chaos Unleashed: Elon Musk’s Wild Ride at Helm of Twitter Could Bring It Down. The Guardian. [322](https://www.</p></div><div data-bbox=)

theguardian.com, 12.11.2022]. (*Безудержный хаос: Безумные выражи политики Илона Маска в статусе главы “Твиттера” вполне могут погубить компанию*’).

Оценочные метафоры, располагающиеся в заголовках, на основе имеющихся у адресатов, по мнению журналистов, пресуппозиций о том, что несут в себе такие явления, как хаос, произвол, безумные выходки, помогают реализации журналистами таких манипулятивных стратегий, как расширение и атрибуция, индуцируя избыточную актуализацию негативного, разрушительного образа Маска. При этом сила прагматического воздействия на самом начальном этапе во многом позволит журналисту сохранить характер негативной оценки адресатами последующей информации, пусть и модифицированной. При этом, происходящее внезапное смещение смысловых акцентов раскрывает истинное положение вещей: никаких массовых увольнений на самом деле нет, нет и угрозы ликвидации компании. В последних абзацах находим подлинный прагматический фокус — продемонстрированно настроенные топ-менеджмент компании, политические элиты и СМИ опасаются превращения медиаплатформы в оплот республиканцев и её влияния на грядущие выборы президента США.

Таким образом, можно предположить, что метафорические номинации в заголовках могут обусловить программируемое восприятие и отношение адресатов ко всему новостному сообщению, даже в случае явной подмены информации с определёнными целями.

Список литературы:

1. Вольская Н.Н. Кликбейт как средство создания ложной информации в интернет-коммуникации [Электронный ресурс] // Медиаскоп. 2018. Вып. 2. URL: <http://www.mediascope.ru/2450>

- (дата обращения: 05.02.2023). [Vol'skaia, Nadezhda N. 2018. Klik-beit kak sredstvo sozdaniya lozhnoi informatsii v internet-kommunikatsii (*Clickbait as a Means of Disinforming in Internet Communication*). *Mediascope (Mediascope)*. 2. Available from: URL: <http://www.mediascope.ru/2450>. (Accessed: 05 February 2023).]
2. Гришаева Л.И. Реализация стратегии эвфемизации и вторичные номинативные средства // От слова к дискурсу: взаимодействие форм и (не) предсказуемость смыслов: тез. докл. междунар. науч. конф., Минск, 12–13 мая 2023 г. Минск: МГЛУ, 2023. С. 14–17. [Grishaeva, Lyudmila I. 2023. Realizatsiya strategii evfemizatsii i vtorichnyie nominativnyie sredstva (Putting into Effect Euphemistic Strategy and Figurative Language). In: *Ot slova k diskursu: vzaimodeistvie form i (ne)predskazuemost' smislov (From a Word to Discourse: Forms Interaction and (Un)Predicatable Meanings)*, 14–17. Minsk: MSLU.]
 3. Дукян С. С., Котова Н. С. Феномен “фейка” в политическом дискурсе эпохи “постправды” [Электронный ресурс] // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2018. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-feyka-v-politicheskom-diskurse-epohi-postpravdy/viewer> (дата обращения 12.06.2023). [Dukian, Sophia S., Kotova, Nina S. 2018. Fenomen “feika” v politicheskom diskurse epokhi “postpravdi” (“Fake News” Phenomenon in Political Discourse in “Post-truth” Era). *Gosudarstvennoe i munitsepal'noe upravlenie. Uchenye zapiski (State and Municipal Administration. Scholarly Papers)* 2. Available from: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-feyka-v-politicheskom-diskurse-epohi-postpravdy/viewer>. (Accessed: 12 June 2023).]

Сведения об авторе:

Защитина Галина Викторовна, к. филол. н., доцент,
Московский государственный лингвистический университет,
Москва, Россия; email: g.zashchitina@linguanet.ru

DELIBERATE DISINFORMATION THROUGH MODERN BRITISH MASS MEDIA DISCOURSE METAPHORS

Galina V. Zashchitina

Candidate of Philology, Associate Professor, Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia; email: g.zashchitina@linguanet.ru

Abstract

The article investigates the pragmatics of metaphors in modern British news articles headlines. Such metaphors are viewed as effective in shifting both informational and pragmatic focus of the news, which, in its turn, results in deliberate disinformation and manipulation. The paper focuses on the way in which metaphoric language means are made use of as means pertaining to the constructive aspect of news discourse. Thus, they are not only capable of evaluating and responsible for attitude formation. They are also instrumental in referent shifting and refocusing the pragmatic center of the news. The deliberate disinformation does not only increase the informational value of the news but also helps to achieve some pragmatic aims. By means of analysis of metaphoric language, that misleads the reader, we highlight an increased necessity to doublecheck the incoming news.

Keywords: mass media discourse, mass media metaphor, deliberate disinformation, mass media pragmatics.