

в своих действиях. Она часто уточняет правильность восприятия информации: *Is it merely to put coal on, my dear?* [5]. Также о ее неуверенности говорит желание получить одобрение от мужа: *I have been better – even in the last week. Haven't you noticed it? And why is it?; Aren't you glad I thought of them?* [5].

Подобное речевое поведение свидетельствует о ее сильной эмоциональной зависимости от Мистера Маннингхама и его мнения. Такое поведение характерно для объекта манипуляционного воздействия, и именно такое поведения является целью ее мужа манипулятора.

В пьесе П. Гамильтона Мистер Маннингхам реализует акт манипулятивного воздействия при помощи эмоционально-оценочного характера высказываний и их имплицитных значений.

Также немаловажным фактором является постепенная эскалация манипулятивного воздействия.

Все это оказывает непосредственное влияние на психоэмоциональную сферу Миссис Маннингхам, что и было целью манипулятора.

Литература

1. Битянова М.Р. Социальная психология. Санкт-Петербург: Питер, 2008. 368 с.
2. Гурочкина А. Г. Манипулирование в лингвистике // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2003. Т. 3, № 5. С. 136–141.
3. Франке Г. Манипулируемый человек. Москва, 1988.
4. Griffiths, Paul J. Lying: An Augustinian Theology of Duplicity. Grand Rapids, MI: Brazos Press, 2004. 254 pp.
5. Hamilton P. Angel street. New York : Samuel French, 1939.

Н.А. Коломиец
Самарский университет, Самара, Россия

КОНЦЕПТ «ARTIFICIAL INTELLIGENCE» В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МАССМЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ: НА НОВОСТНОМ МАТЕРИАЛЕ

Аннотация. В статье анализируется специфика лингвистических маркеров, оформляющих концепт AI, способствующих раскрытию и идентификации концепта, а также их организации на лингвистическом уровне на материалах новостных публикаций. Приведенные примеры объективно отражают, что новостные тексты помимо выполнения своей основной, информативной функции содержат оценочные суждения, высказываемые с целью оказать воздействие на адресата информации. В результате новостные

материалы формируют общественное мнение, основанное на субъективном отношении автора публикации (или ее заказчика), его уровне знаний и особенностях восприятия.

Ключевые слова: концепт «artificial intelligence», массмедийный дискурс, корпусная лингвистика, медиалингвистика.

22 марта 2023 года на сайте некоммерческой организации Институт будущего жизни (Future of Life Institute) было опубликовано открытое письмо, в котором более 1000 экспертов в области искусственного интеллекта (ИИ) потребовали ввести мораторий на обучение мощных нейросетей, поскольку неконтролируемый процесс в этой области может представлять угрозу для человечества. «Мы призываем все лаборатории ИИ немедленно приостановить как минимум на 6 месяцев обучение систем ИИ, более мощных, чем GPT-4. Об этом перерыве необходимо объявить публично, его исполнение должно быть проверяемым и охватывать всех ключевых участников отрасли. Если такая пауза не может быть сделана в кратчайшие сроки, то правительства должны вмешаться и ввести мораторий», – говорится в письме [10].

Подписанты полагают, что лаборатории ИИ и независимые эксперты должны использовать эту «передышку» для совместной разработки и внедрения набора общих протоколов безопасности. Это необходимо для проектирования и разработки передовых систем ИИ, которые можно будет проверять и контролировать независимым внешним экспертам. Параллельно эксперты предлагают изменение в политической сфере, чтобы создать новые регулирующие органы, занимающиеся вопросами ИИ, а также системы контроля на государственном уровне, которые могли бы обеспечить безопасность новых систем.

В научных кругах можно обнаружить критику в адрес разработчиков ИИ, которая предупреждает общественность об опасности дальнейших разработок в области ИИ. Человечество вплотную приблизилось к ситуации, описываемой, например, в рассказах-предупреждениях Рэя Брэдбери. Так, в рассказе «Будет ласковый дождь» (1950) отлаженный механизм бессмысленно поддерживает видимость жизни в доме, хозяева которого давно истаяли в пламени атомного взрыва. В связи с этим представляется целесообразным обратиться к разным аспектам названного выше концепта, который получил особенно широкое распространение в современных средствах массовой информации в силу своей нетрадиционной новизны.

Цель настоящей работы заключается в выявлении и систематизации особенностей функционирования концепта «artificial intelligence» в медиатекстах.

Сложная природа концепта является вызовом его научному познанию. По определению С.Г. Воркачева, концепт многомерен [2, с. 8]. С.Х. Ляпин говорит о том, что концепт внутренне расчленен [7, с. 11–35]. Мысль о сложности концепта разделяется сейчас практически всеми лингвистами, и это признание имеет важное методологическое следствие: лингвистам необходим соответствующий инструментарий, чтобы описать многогранность, многоуровневость, пространственно-временную неоднородность концепта как отдельной категории.

В рамках антропоцентрической парадигмы концепт рассматривается как сложный, эволюционирующий феномен. Изучение содержания концепта возможно с помощью его функционально-семантической репрезентации в языке. По мнению М.Г. Петросьян, при функциональном подходе возможно исследовать «объект с точки зрения не его внутреннего строения, а функционирования, его связей с окружающей средой» [8, С. 98-111]. В настоящей статье представлен функционально-семантический подход к изучению концепта «artificial intelligence» на новостном материале англоязычных медиатекстов.

В современном научном сообществе широко обсуждаются вопросы, связанные с искусственным интеллектом. Оценки этого явления зачастую противоречивы. Однако эксперты сходятся во мнении, что искусственный интеллект оказывает огромное влияние на образ жизни современного общества. Лингвокультурный аспект данного концепта заключается в том, что концепт AI находит регулярное выражение в жизни представителей всех социальных групп и слоев общества.

Концепт представляет собой абстрактную единицу, которой человек оперирует в процессе мышления. Концепты отражают результаты знаний человека и накопленного им опыта. В процессе когнитивной деятельности человека, выполняя мыслительные операции с разными концептами, человек создает новые концепты. Н.Н. Болдырев представляет образование и формирование структуры концепта метафорически, в виде катящегося снежного кома, «который постепенно обволакивается новыми слоями. Так и содержание концепта постепенно насыщается, а его объем увеличивается за счет новых концептуальных характеристик» [1, с. 45] Мы являемся сви-

детелями развивающего знания об искусственном интеллекте, что обуславливает развитие и динамику концепта «artificial intelligence». Получить знания о концепте «artificial intelligence» можно только при изучении языкового материала, что и является предметом нашего исследования.

В этом исследовании используется корпус современного американского варианта английского языка (СОСА), так как он является репрезентативным корпусом. Недостатком корпусного подхода, по нашему мнению, является то, что языковой материал корпуса ограничивается текстами 2019 года, что можно считать существенным недочетом при изучении такого динамично развивающегося понятия, как «artificial intelligence». Также нельзя не отметить отнесение текстов корпуса к различным жанрам. Тексты корпуса маркируются определенным жанром в зависимости от ситуации использования, а не в соответствии с жанровой принадлежностью полного текста. Это обуславливает размывание границ стилей и жанров. Серьезная информация может быть подана с иронией, а аналитический комментарий может содержать элементы языковой игры.

При исследовании функционального потенциала концепта «artificial intelligence» в медиатекстах следует учитывать специфику медиадискурса. Впервые термин «медиалингвистика» употребила Т.Г. Добросклонская в работе «Вопросы изучения медиатекстов» (2008), определив медиалингвистику как направление языкознания, исследующее функционирование языка СМИ [4, с.3].

Проблемами медиалингвистики активно занимаются учёные за рубежом: Алан Белл, Мартин Монтгомери, Норман Фейеклаф; и в России: Л.Г. Антонова, Т.Г. Добросклонская, И.И. Засурский, Л.Р. Дускаева, Е.С. Карамурза, М.Н. Кожина, В. Г. Костомаров, В.В. Крупнов, А.В. Федоров, Н.В. Чичерина и др. Так, Алан Белл пишет: «Определение медиатекста выходит за рамки традиционного взгляда на текст как на последовательность слов, напечатанных или написанных на бумаге. Понятие медиатекста гораздо шире: оно включает голосовые качества, музыку и звуковые эффекты, визуальные образы <...>» [4, с. 40]. Я.Н. Засурский называет медиатекст «новым коммуникативным продуктом», который может быть использован в разнообразных медийных сферах: газета, радио, телевидение, Интернет, мобильная связь [6, с. 6], а Т.Г. Добросклонская считает медиатекст объемным многоуровневым явлением, в основе которого лежит органичное сочетание единиц вербального и медийного ряда. Исследователь отмечает, что «уровень массовой коммуникации придает понятию 'текст' новые смысловые

оттенки, обусловленные медийными свойствами того или иного средства массовой информации» [5, с. 27].

Н.М. Стеценко в статье «О соотношении понятий текст – медиатекст – медиадискурс» анализирует разные подходы к изучению понятия «медиатекст» и приходит к выводу, что медиатекст, в отличие от текста, обладает рядом специфических черт:

– многомерность (в работах разных авторов обозначается терминами многоплановость, полифоничность, гетерогенность или интегральность), под которой следует понимать сочетание разнородных вербальных, визуальных, аудитивных, аудиовизуальных или других компонентов в едином смысловом пространстве текста;

– языковая специфика, которая обусловлена адресованностью массовой аудитории [9, с. 375].

Многие учёные предпринимали попытки типологизации медиатекста (В.В. Прозоров, И.В. Рогозина, Г.Я. Солганик, Т.Г. Добросклонская), однако, по мнению Н.В. Чичериной, наиболее подробная и диверсифицированная классификация представлена в работах Т.Г. Добросклонской:

- 1) способ производства текста (авторский – коллегиальный);
- 2) форма создания (устная – письменная);
- 3) форма воспроизведения (устная – письменная);
- 4) канал распространения (средство массовой информации – носитель: печать, радио, телевидение, Интернет);
- 5) функционально-жанровый тип текста (новости, комментарий, публицистика (features), реклама);
- 6) тематическая доминанта или принадлежность к тому или иному устойчивому медиатопику [3, с. 30].

Интервью, репортаж с места событий, страничка в энциклопедии Wikipedia, ролик Youtube – все это мир медиатекстов. Очевидно, что медиатекст постепенно вытесняет привычные формы представления информации, открывая новые способы получения, обработки, хранения, анализа информации. Являясь продуктом крупных информационных агентств, медиатекст несет в себе не только информационную нагрузку, но выполняет функцию воздействия.

Эмпирический материал новостной выборки СОСА предлагает нам ряд примеров присутствия оценочных суждений в сообщениях, что вполне соответствует реальной ситуации.

1. *Today we may be witnessing a new kind of **greenwashing** in the technology sector. Addressing widespread concerns about the pernicious downsides of **artificial intelligence (AI)** – robots taking jobs, fatal autonomous-vehicle crashes, racial bias in criminal sentencing, the ugly polarization of the 2018 election – tech giants are working hard to assure us of their good intentions surrounding AI. But some of their public relations campaigns are creating the surface illusion of positive change without the verifiable reality. Call it «**machinewashing**».* (The Boston Globe 07/01/2019 «Beware corporate «machinewashing» of AI»)

В первом примере, используя термин greenwashing, автор сравнивает негативные стороны AI с негативным воздействием человека на окружающую среду. Вводится новый термин machinewashing, характеризующий действия бизнеса, создающие иллюзию работы по устранению отрицательных последствий распространения AI.

Аналогичное оценочное суждение присутствует и в следующем новостном сообщении о том, что Tesla очень хочет видеть роботов на месте своих рабочих.

2. *Although he's famous for warning that **humanity should fear** the arrival of **artificial intelligence**, Musk is eager to see robots replace human workers at Tesla. «Parking is one of my biggest nightmares, » he said in 2016, referring to the always-overloaded parking lot at the Fremont plant. «It's like you can't fit everyone».* (Los Angeles Times 17/04/18 «Tesla suspends Model 3 production again and admits it needs more ...»).

В третьем примере на фоне информирования о тех вызовах, которые несет в себе AI для человечества, автор предлагает собственное объяснение происходящих событий.

3. *Everything You Need to Know About the Fourth Industrial Revolution. A story at CNBC.com caught my eye: «... Schwab argued a technological revolution is underway, that is blurring the lines between the physical, digital and biological spheres. «Simply put, the Fourth Industrial Revolution refers to how technologies like **artificial intelligence**, autonomous vehicles and the internet of things are merging with humans' physical lives. Think of voice-activated assistants, facial ID recognition or digital health-care sensors. » Schwab argued these technological changes are drastically altering how individuals, companies and governments operate, ultimately **leading to a societal transformation similar to previous industrial revolutions...*** (Minneapolis Star Tribune 23/01/19 «Ground Blizzards South/West of MSP Today – Dangerously Cold Into ... »).

В четвертом примере новостной материал полностью основан на суждении автора об AI. В броском, привлекающем внимание стиле автор говорит об экзистенциальных угрозах, связанных с использованием AI.

4. *Technology Could End Humanity – and How to Stop It. A story at WIRED.com is a grimly worthy read: «... But since founding the Future of Humanity Institute at the University of Oxford in 2005, Bostrom has been focused on a decidedly more grim field of speculation: existential risks to humanity. In his 2014 book Superintelligence, Bostrom sounded an alarm about the risks of artificial intelligence. His latest paper, The Vulnerable World Hypothesis, widens the lens to look at other ways technology could ultimately devastate civilization, and how humanity might try to avoid that fate. But his vision of a totalitarian future shows why the cure might be worse than the cause... »* (Minneapolis Star Tribune 15/05/19 «First 80F of 2019 Today – ECMWF Predicts 5^@ Rain by Next Thursday»).

В следующем примере журналист ставит перед читателем вопрос в риторической форме, который не требует ответа, а является утверждением, усиленным образностью высказывания.

5. *So each robot can learn of the mistakes and achievements of every other robot. So they're becoming much smarter. And as more people are buying them, more companies are buying industrial robots, they are becoming much cheaper. So that's why all of a sudden, we see a huge, huge increase of use of industrial robots in the world. And the same will happen with industrial intelligence – for the artificial intelligence. So, should artificial intelligence robots – should they be feared or embraced considering that they will be taking half the jobs in the world?*

Таким образом, помимо выполнения своей основной, информативной функции новостные тексты содержат оценочные суждения, высказываемые с целью оказать воздействие на адресата. В результате, новостные материалы формируют общественное мнение, основанное на субъективном отношении автора публикации (или заказчика) на уровне его знаний и особенностей восприятия. Это, в свою очередь, приводит к формированию новостной повестки, отличной от первоначальной.

Литература

1. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика. Введение в когнитивную лингвистику: курс лекций. Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2014. 236 с.
2. Воркачев С.Г. Концепт как «зонтиковый термин» // Язык, сознание, коммуникация. Вып. 24. М., 2003. С. 5–12.

3. Добросклонская Т.Г. Медиатекст: теория и методы изучения // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2005. № 2. С. 28–34.
4. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. М.: Наука, 2008. 264 с.
5. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов: Опыт исследования современной английской медиаречи. М.: КРАСАНД, 2013. 288 с.
6. Засурский Я.Н. Медиатекст в контексте конвергенции // Вестник Московского ун-та. 2005. № 2. Серия 10: «Журналистика». С. 3–6.
7. Ляпин, С. Х. Концептология: к становлению подхода // Концепты. Вып. 1. Архангельск, 1997. С. 11–35.
8. Петросьян М.Г. Функционально-семантический подход к изучению категории экзистенциальности. // Сборник научных работ аспирантов и молодых преподавателей. Часть 3: Филология. Ростов-на-Дону, 1999. С. 98–111
9. Стеценко Н.М. О соотношении понятий текст – медиатекст – медиадискурс // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». 2011. Том 24 (63). № 4. С. 372–378.
10. Илон Маск и еще более 1000 экспертов в области ИИ потребовали запретить обучать нейросети [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/ekonomika/17395655> (дата обращения: 13.05.2023).

Ю.В. Кондырева
НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, Нижний Новгород, Россия

К ВОПРОСУ О КЛАССИФИКАЦИИ РЕЧЕВЫХ ЖАНРОВ: ПРОБЛЕМА УНИВЕРСАЛЬНОГО КРИТЕРИЯ

Аннотация. Одной из основных теоретических проблем, связанных с речевыми жанрами, является их систематизация. Для построения адекватной классификации необходимо выявить универсальный критерий или группу таких критериев. В данной статье рассматриваются различные классификации, предложенные лингвистами, исследующими речевые жанры. На основании изученного материала делается предположение, что деление жанров на информационные и фатические может претендовать на роль единого критерия их классификации.

Ключевые слова: речевые жанры, фатические речевые жанры, информационные речевые жанры, риторические жанры.

Неоспоримо то, что жанры являются неотъемлемой частью речи и основным средством ее организации. Они имеют отношение практически ко всем областям жизни как отдельного человека, так и всего общества.