


Т.М. Тулегенов*Торайгыров университет**Павлодар, Республика Казахстан* <https://orcid.org/0009-0002-6008-6646>*email: t.tul.9211@gmail.com***Б.К. Жумабекова***Торайгыров университет**Павлодар, Республика Казахстан* <https://orcid.org/0000-0003-3327-0931>*email: beibitnur@mail.ru*

ОЦЕНОЧНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ

Аннотация. Данная работа посвящена исследованию оценочного потенциала прецедентных феноменов в публицистическом дискурсе современных масс-медиа Соединённых Штатов Америки. Материалом исследования послужили тексты изданий «The New York Times», «USA Today» и «The Washington Post», в которых были проанализированы прецедентные антропонимы и афористические высказывания. В результате анализа установлено, что прецедентные феномены выполняют в медийном тексте не только номинативную, но и выраженную оценочную функцию. Выявлено, что прецедентные антропонимы используются преимущественно для характеристики политических деятелей, типизации общественных явлений и создания устойчивых ассоциативных моделей восприятия. Определено, что афористические высказывания чаще всего служат средством усиления авторской позиции, интерпретации фактов и смыслового акцентирования общественно значимых событий. Установлено, что оценочная семантика данных единиц формируется за счёт контекста, культурно-исторических ассоциаций и прагматической установки автора. Также доказано, что характер оценки зависит от жанра публикации, коммуникативной цели материала и идеологической направленности конкретного издания. По итогам исследования сделан вывод о том, что прецедентные феномены являются эффективным средством выражения авторской модальности, усиления экспрессивности текста и опосредованного воздействия на читательскую аудиторию в современном американском медиадискурсе. Уточнено, что в публицистических материалах оценка может носить как положительный, так и отрицательный характер, однако наиболее продуктивной является критическая интерпретация. Показано, что включение прецедентных единиц позволяет журналисту компактно передавать сложные смыслы, активизировать фоновые знания адресата и направлять восприятие информации в заданном автором русле в условиях высокой динамики современного медиaprостранства США сегодня.

Ключевые слова: публицистический дискурс; прагматическая установка автора; экспрессивность; интерпретация текста; медиапространство

Конфликт интересов:

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

История статьи:

Дата поступления: 03.04.2026

Дата принятия: 25.05.2026

Введение

В последние годы возрастает интерес ученых-лингвистов к изучению прецедентных феноменов в публицистическом дискурсе, реализующемся в СМИ, тем самым они становятся легко доступными для широкого круга людей, для общества в целом. Среди известных источников прецедентности в массовой коммуникации, несомненно, публицистический дискурс является главным, так как именно в нем проявляются такие особенности, как эмоциональная и оценочная нагрузка в словах и высказываниях, появляющиеся в зависимости от намерений автора добавочные экспрессивные оттенки, разнообразие тем, попадающих в центр общественного внимания. Кроме того, важным аспектом прецедентных текстов является их воздействия на массовое сознание. Именно поэтому прецедентные тексты в средствах массовой информации вызывают значительный интерес ученых. Так, в работе Т.А. Хайата (Khayyat, 2016) исследуются медиаконструкции Хезболлы в политической коммуникации как прецедентные тексты эпохи быстрого распространения информации. Т.П. Филичкина (Filichkina, 2024), К.М. Дмитриева (2021), Н.В. Погребняк (Pogrebnyak, 2019) занимаются вопросами функционирования прецедентных феноменов в англоязычных средствах массовой коммуникации. В работах В.А. Марьянчика (2015), М.Р. Желтухиной (2016), Г.А. Андреевой (2023) анализируются вопросы, связанные с использованием прецедентных феноменов как средств выражения оценки в публицистическом дискурсе.

З.З. Чанышева (2012), А.В. Малахова (2014), В.А. Саблукова (2016), Х. Ментзинген, Н. Антонио и др. (Mentzingen, António, et al., 2024) рассматривают функционально-прагматический потенциал прецедентных феноменов в различных дискурсах: медийном, политическом, художественном и др.

Работа посвящена анализу функционирования прецедентных феноменов в медиадискурсе ведущих англоязычных изданий, где рассматриваемые единицы характеризуются высокой концентрацией и реализуют не только номинативный, но и выраженный оценочный смысл. Безусловно, использование прецедентных высказываний наделяет публицистический текст дополнительной семантической многомерностью, предоставляя автору возможность лаконично передавать комплексные социально-политические концепты через обращение к когнитивной базе и культурному коду целевой аудитории. Использование их в качестве эффективного инструмента формирования общественного мнения в современном информационном пространстве обуславливает появление у них оценочной прагматики, что делает их приоритетным объектом лингвистических исследований.

В связи с тем, что в американском медиадискурсе наблюдается глубокая символизация социальных и политических явлений, прецедентные единицы приобретают роль специфических семантических маркеров, мгновенно актуализирующих оценочное восприятие события без привлечения эксплицитных пояснений. Нами предпринята попытка выявления оценочного потенциала прецедентных феноменов на базе текстов таких авторитетных американских изданий, как «New York Times», «USA Today» и «Washington Post», с акцентом на выявлении вербальных средств, детерминирующих реализацию оценочных значений.

В рамках данного исследования представляется целесообразным классифицировать прецедентные феномены, функционирующие в дискурсе американских масс-медиа, на две категории: прецедентные антропонимы (имена, названия) и прецедентные высказывания. К первой группе в нашей работе относятся денотаты резонансных событий, политических инцидентов или объектов культуры, которые в процессе семантической деривации обрели символический статус и применяются авторами для оценочной интерпретации. Вторая категория охватывает устойчивые фразеологические единицы, входящие в когнитивную базу американского социума и обладающие фиксированной эмоционально-экспрессивной коннотацией.

Материал и методы

Материалом исследования послужили публицистические тексты современных американских средств массовой информации «New York Times», «USA Today» и «Washington Post», отобранные из электронных версий изданий за 2018–2025 г., выявлены 27 примеров прецедентных феноменов.

В качестве основных методов исследования использовались контекстный (контекстуальный анализ) – метод выявления контекстуального окружения прецедентных феноменов, их позиционного размещения в тексте и коммуникативных установок автора публицистического текста; а также семантико-стилистический метод – метод выявления так называемой стилистической маркированности слов и выражений, то есть наличия в них коннотаций оценочности, экспрессивности. Используя семантико-стилистический метод, можно выявить смысловые «приращения» в лексике газетных текстов, которые необходимо учитывать в межкультурной коммуникации (Khamitova, & Aubakirova, 2024).

Результаты и обсуждение

На наш взгляд, ярким примером прецедентного феномена выступает лексема *Watergate*, систематически используемая в материалах изданий «USA Today», «Washington Post» и «New York Times» для дефиниции политических конфликтов различной интенсивности. Исходное номинативное значение этого слова – название элитного жилого и делового комплекса в Вашингтоне. Впервые сюжет об Уотергейтском скандале, приведшем к отставке 37-го президента США Ричарда Никсона, был опубликован в «Washington Post» в 1972 году. Современные СМИ довольно часто употребляют лексему *Watergate* («USA Today» 13 июня 2023 г.; «Washington Post» 25 октября 2026 г.; «New York Times» 15 февраля 2022 г., 18 мая 2024 г., 6 октября 2024 г.) для того, чтобы показать масштабность, грандиозность происходящих политических кризисов или судебных дел.

Так, «Washington Post» 28 марта 2025 года в статье о Бобе Вудворде, знаменитом репортере, раскрывшем скандал в Уотергейте, пишет: «*Over 50 years ago, Woodward's reporting of the break-in at the Watergate... exposed the Nixon administration, now President Trump is testing those limits*» (Более 50 лет назад репортажи Вудворда о взломе в Уотергейте разоблачили администрацию Никсона, теперь президент Трамп проверяет систему противовесов на прочность. – Перевод наш. Т.Т., Б.Ж.). Тема Уотергейта продолжает развиваться. «New York Times» 15 февраля 2022 года, опубликовав рецензию на книгу Г. Граффа, называет ее *the definitive history of the Watergate scandal* (полная история Уотергейтского скандала). В других изданиях в разные годы «New York Times» использует этот же прецедентный феномен в популярных выражениях *the post-Watergate era* (эпоха после Уотергейта) («New York Times» 11 июня 2023 г., 2 июля 2024 г., 11 декабря 2024 г.), *Watergate-style investigation* (расследование в стиле Уотергейта) («New York Times» 19 июля 2023 г.), *Bigger than Watergate* (больше, чем Уотергейт) («New York Times» 17 мая 2018 г.).

Актуализация смысловой структуры этой единицы свидетельствует о том, что в современном медиатексте данный феномен подвергся десемантизации в отношении исходного исторического контекста 1970-х годов, трансформировавшись в абстрактное понятие «системного кризиса», «превышения полномочий» или «дефицита доверия». Мы считаем, что прагматический потенциал *Watergate* актуализируется через распространение в контекстах с негативно маркированными единицами, такими, как *scandal* («скандал»), *cover-up* («сокрытие фактов»), *abuse of power* («злоупотребление властью»), *constitutional crisis* («конституционный кризис»). Следовательно, даже при отсутствии эксплицитной авторской оценки, негативная интерпретация описываемого события предзадана для реципиента на когнитивном уровне (Малахова, 2014).

Научный интерес представляет также функционирование прецедентных высказываний политического генезиса в американской публицистике. Так, конструкция *fake news* («ложные новости»), широко распространенная в контенте «USA Today» (3 мая 2024 г., 20 сентября 2024 г.), «Washington Post» (24 января 2024 г., 4 сентября 2024 г., 16 февраля 2025 г.) и «New York Times» (23 февраля 2024 г., 18 июля 2024 г.), характеризуется высокой степенью прагматической вариативности. В 2016 году термин приобрел популярность во время и после президентских выборов в США. С тех пор выражение стало устойчивым и используется как клише для описания сфабрикованного контента, распространяемого в социальных сетях. В настоящее время частотность выражения *fake news* значительно возросла в СМИ по следующим объективным причинам: из-за активизации с 2022 года пропагандистского медиадискурса в связи с российско-украинской войной; в связи с президентскими выборами 2024 года в США оно постоянно использовалось в газетных статьях о предвыборной кампании, в частности, в статьях о дезинформационных кампаниях, направленных на подрыв доверия к самому процессу выборов, в многочисленных репортажах о выступлениях Д. Трампа, а также в статьях о поддельных новостях, созданных с помощью искусственного интеллекта.

Активность в использовании этого прецедентного феномена продолжает расти, так, в «New York Times» и в течение 2025 года (16 июня 2025 г., 20 января 2025 г.) неоднократно появляется это клише. Это издание на тот момент регулярно помещало критические материалы из речей Д. Трампа, который довольно часто использовал

это выражение для критики самих СМИ. Также она часто встречается в статьях, посвященных вопросу об изменении политики соцсетей (январь-февраль 2025 г.). В ряде контекстов данная единица сохраняет первичную семантику, обозначая преднамеренную дезинформацию. Однако нередко наблюдается использование кавычек или модальных операторов дистанцирования, что свидетельствует о метадискурсивной рефлексии над данным концептом. В подобных условиях *fake news* перестает быть нейтральной номинацией, превращаясь в прецедентный знак политической риторики, целью которой является функция психологического воздействия на массовое сознание.

В этом плане представляется правомерным высказывание о том, что «[в] центре внимания лингвистов в последние годы чаще оказывались приёмы и инструменты суггестии, используемые в разных жанрах политической коммуникации, характеризующихся идеологической модальностью. Исследователи манипуляции перечисляют такие приёмы воздействия, как передача ложной информации с целью подчинения себе и своей воле другого человека ради собственной выгоды, использование явных и неявных средств манипулирования сознанием и т.д. В условиях суггестивного воздействия установка на речевой эффект приобретает несколько иной по сравнению с манипуляцией характер, который диктует природа суггестии» (Чанышева, 2012, с. 141). Не случайно С.А. Осокина и П. Осокин говорят об информационной безопасности интернет-текстов в плане их негативного воздействия на сознание реципиентов (Osokina & Osokin, 2025).

Отдельного рассмотрения требует прецедентное имя-символ *MAGA* (*Make America Great Again*) («Сделаем Америку снова великой») («Washington Post» 4 марта 2025 г., «New York Times» 4 марта 2025 г., 5 марта 2025 г.), которое было использовано в речи 47-го президента США Д. Трампа 4 марта 2025 года в ходе его выступления перед обеими палатами Конгресса. Данная единица выступает репрезентантом прецедентных феноменов с максимально выраженной идеологической нагрузкой. В материалах «New York Times» (12 февраля 2025 г., 20 марта 2025 г.) аббревиатура *MAGA* реализует преимущественно отрицательный оценочный вектор, коррелируя с понятиями радикализма, социальной поляризации и популизма. Напротив, в альтернативных медиа-источниках, в частности, в «Washington Post» (7 января 2025 г., 31 января 2025 г.) этот же лингвистический феномен может функционировать в нейтральном ключе, что подтверждает гипотезу о контекстуальной детерминированности аксиологического значения. В 2025 году это издание использовало пример в качестве определения правящей идеологии, появился термин «*MAGA-лоялисты*» («Washington Post» 15 января 2025 г., 21 января 2025 г., 26 марта 2025 г.), называющий партию приверженцев политики президента Трампа. Также лексема *MAGA* употребляется в выражении *MAGA-fueled majority* (большинство, подпитываемое *MAGA*), которое характеризует партию республиканцев в Конгрессе («Washington Post» 10 февраля 2025 г.; «New York Times» 4 марта 2025 г.)

Подобная прагматическая двойственность делает данный прецедентный феномен репрезентативным объектом для изучения манипулятивного потенциала прецедентных единиц. В продолжение этих мыслей, можно привести следующее высказывание о воздействии на общество и его сознание: «Следует отметить, что немаловажное значение в формировании массового сознания играет массовая

коммуникация, в которой неизменным атрибутом является речевое воздействие. Именно массовая коммуникация охватывает весь спектр приёмов психологического воздействия на аудиторию. Она может варьироваться от простого информирования до убеждения и внушения. Эффективность массовой коммуникации определяется не только целями и задачами воздействия на читателей, слушателей, зрителей передаваемых сообщений, но и соответствием их содержания и формы постоянным и текущим информационным нуждам людей» (Саблукова, 2016, с. 64).

Не менее значимым является использование прецедентного высказывания *witch hunt* («охота на ведьм»), регулярно воссоздаваемого в политических сегментах американских СМИ. В материалах «New York Times» регулярно употребляется это клише в связи с предвыборными кампаниями 2024 года и в ходе последующих кадровых назначениях («New York Times» 13 апреля 2024 г., 15 апреля 2024 г.). В «Washington Post» в 2025 году были опубликованы статьи, связанные с расследованием организации «охоты на ведьм» (*witch hunt*) среди сотрудников Пентагона с целью выявления критиков администрации («Washington Post» 15 января 2025 г., 22 января 2025 г., 29 июля 2025 г.)

Проведенный анализ указывает на то, что данная единица выступает инструментом лишения правомерности юридических или политических расследований, позиционируемых как предвзятые. Оценочный эффект *witch hunt* достигается посредством метафорического переноса: апелляция к историческому концепту «охоты на ведьм» автоматически активизирует фреймы несправедливости и властного произвола. В итоге аудитории навязывается определенный вектор декодирования реальности еще до критического осмысления фактологической базы публикации.

Резюмируя вышеизложенное, можно констатировать высокий уровень оценочной насыщенности прецедентных феноменов в медийном пространстве США. Их текстовое взаимодействие способствует минимизации речевых усилий, повышает экспрессивный фон сообщения и служит средством трансляции конкретных идеологем, или концептов, заключающих в себе положительную или отрицательную оценку. Именно взаимосвязь прецедентных имен, названий и высказываний наделяет публицистический дискурс способностью оказывать комплексное воздействие на реципиента, затрагивая как когнитивную, так и аффективную сферы, что подтверждает их прагматическую значимость для современной лингвистики.

В ходе анализа контента издания «New York Times» выявляется устойчивая тенденция к интеграции прецедентных феноменов в аналитический контекст, где они выполняют роль историко-компаративных фреймов. Так, использование номинаций *Watergate* или *Vietnam syndrome* («Вьетнамский синдром») в материалах, репрезентирующих актуальные политические кризисы, позволяет авторам не просто выстраивать исторические параллели, но и детерминировать специфический оценочный вектор интерпретации описываемых событий. Представляется, что в данных условиях прецедентная единица трансформируется в самодостаточный аргумент, не нуждающийся в дополнительной верификации, поскольку сама процедура сопоставления уже включает в себя негативную либо позитивную оценку. Касательно этих вопросов, существует мнение, что «отрицательный оценочный вектор требует меньше вербальных усилий, положительная оценка

требует аргументации, имитации аналитической объективности или опоры на стереотипы» (Марьянчик, 2015, с. 43).

Особую научную актуальность представляет изучение синтаксической дистрибуции прецедентных феноменов. В публикациях «USA Today» прецедентные высказывания систематически используются в качестве устойчивых структур, содержащих модальные глаголы и адвербиальные оценочные единицы, что существенно интенсифицирует их прагматический потенциал. К примеру, конструкции типа *what looks increasingly like another Watergate* («всё больше напоминает Уолтергейтский скандал». – Перевод наш. Т.Т., Б.Ж.) («USA Today» 13 июня 2024 г., 4 октября 2024 г.) или *widely dismissed as fake news* («повсеместно отвергается как фейковые новости». – Перевод наш. Т.Т., Б.Ж.) («USA Today» 6 июня 2024 г.) наглядно демонстрируют механизм формирования отрицательной оценки в контексте, что, в свою очередь, способствует ее восприятию в качестве общественного мнения. Можно констатировать, что подобные лингвистические формулы создают иллюзию объективности, ретушируя индивидуально-авторскую позицию и представляя ее как коллективное мнение.

Представленные в работе примеры прецедентных феноменов, анализ их семантической структуры свидетельствуют о преобладании в них негативной оценки, связанной, безусловно, с нестабильностью в обществе, в целом, в мире. При этом, имея нейтральное, номинативное значение, слова могут подвергнуться десемантизации, неожиданно приобрести оценочный смысл (к примеру, *Watergate, MAGA*), а с другой стороны, для определенных намерений и целей авторами могут использоваться устойчивые выражения, клише, уже изначально обладающие негативной семантикой (*witch hunt, fake news, Vietnam syndrome, what looks increasingly like another Watergate, widely dismissed as fake news, Watergate-style investigation, Bigger than Watergate, the break-in at the Watergate*). Учитывая последний фактор, можно согласиться с мнением, что «некоторые зарубежные исследования показывают, что отрицательная формулировка фразы или слова может заметно сдвигать оценку в негативную сторону. Этот эффект связывают с влиянием эмоционально негативного ядра слова» (Андреева, 2023).

Исходя из наблюдений и анализа рассматриваемых прецедентных феноменов, необходимо отметить, что они в медиатекстах не являются статичными образованиями. Их оценочный потенциал подвержен трансформации под воздействием социально-политических факторов. Именно в этом, по нашему мнению, заключается значимость изучения прецедентных феноменов в публицистике: они способствуют пониманию механизма адаптации языка к изменениям социальной реальности и способы фиксации и трансляции оценок через медиадискурс.

Анализ оценочного потенциала рассмотренных прецедентных феноменов, обусловленный трансформацией их семантической структуры, связанной с определенными событиями в обществе, позволяет нам согласиться с тем, что «изменение семантической структуры слова свидетельствует о взаимодействии демократических принципов и жесткой политической системы на языковом уровне... Негативный оценочный момент является выражением политического и морального настроения, царящего в обществе» (Желтухина, 2016, с. 136).

Заключение

Проведенный анализ позволяет констатировать, что прецедентные феномены в публицистическом дискурсе американских масс-медиа обладают выраженным многоуровневым оценочным потенциалом, проявляющимся на семантическом, прагматическом и дискурсивном уровнях. При этом прецедентные названия и высказывания являются не только интертекстуальными компонентами, но и полноценными лингвокогнитивными инструментами, способствующими лаконичному и эффективному конструированию авторской интерпретации событий, впоследствии влияющей на формирование массового сознания.

Соответственно, зачастую публицистический дискурс становится информационно-манипулятивным, поскольку он имеет, в силу своей доступности и открытости, возможность непосредственно влиять на массового читателя. Несмотря на широкий поток информации и необходимость передачи новой информации, публицистический стиль характеризуется высокой степенью использования клише. При этом следует отметить, что большинство клише содержат оценку социально-значимых фактов и событий, положительную или отрицательную.

Исследование оценочного потенциала рассматриваемых прецедентных феноменов способствует более глубокому пониманию механизмов формирования и развития идеологических смыслов в публицистическом дискурсе. Прецедентные компоненты выступают своеобразными культурными знаками в текстах, вокруг которых структурируется аргументативная база и моделируется социальная установка читателя к описываемой реальности.

Список использованной литературы

- Андреева Г.А. Отрицания в речи как маркер описания эмоционально негативных стимулов // Экспериментальная психология, 2023. Т. 16. № 4. С. 143–156. <https://doi.org/10.17759/exppsy.2023160410>
- Желтухина М.Р. Современный медиадискурс и медиакультура воздействия // Верхневолжский филологический вестник, 2016. № 4. С. 154–159.
- Жумабекова Б.К., Шахметова Н.А. Структурно-содержательный потенциал прецедентных феноменов // Вестник Карагандинского университета. Серия «Филология», 2023. № 2(110). С. 104–113. <https://doi.org/10.31489/2023Ph2/104-113>
- Малахова А.В. Прагматический потенциал высказываний с индексами определенности // Вестник АлтГПА: Гуманитарные науки, 2014. № 21. С. 82–86.
- Марьянчик В.А. Оценочный вектор как инструментальная категория и компонент аксиологической структуры текста // Политическая лингвистика, 2015. № 1(51). С. 39–43.
- Саблукова В.А. Суггестивно-манипулятивное использование национально-культурных прецедентных феноменов при описании явлений ксенокультуры (на материале англоязычных статей о России): дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2015. 198 с.
- Чанышева З.З. Суггестивный эффект знаков лингвокультуры в медиакommunikации // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина, 2012. Т. 1. № 3. С. 140–147.

- Bushueva, L.A. & Muliukina, A.E. (2023). Types and Functions of Precedent Names in English-Language Cinematic Discourse. *Linguistics & Polyglot Studies*, 9(3), 116–127. <https://doi.org/10.24833/2410-2423-2023-3-36-116-127>
- Dmitrieva, S. (2021). Functional and Pragmatic Potential of Precedents in English Language Political Media Discourse. *SSRN Electronic Journal*, May 23. URL: <https://ssrn.com/abstract=3853101> (дата обращения: 20.02.2026 года).
- Filichkina, T.P. (2024). Precedent Phenomena as a Means of Event Representation in the English Language Media Discourse. *Linguistics & Polyglot Studies*, 10(4), 57–70. <https://doi.org/10.24833/2410-2423-2024-4-41-57-70>
- Kappasova, A. & Adilova, A. (2024). Precedent Text and Semantics of the Article. *Tiltanym*, 3, 224–233. <https://doi.org/10.55491/2411-6076-2024-3-224-233>
- Khamitova, G. & Aubakirova, A. (2024). The Use of Newspaper for Intercultural Communicative Competence Development of Efl Learners'. *Til žāne ādebiēt: teorijāsy men tāžiribesi / Language and Literature: Theory and Practice*, 3(3), 93–103. <https://doi.org/10.52301/2957-5567-2024-3-3-93-103>
- Khayyat, T.A. & Khayyat, T.A. (2016). *Political Communication in the Age of Dissemination: Media Constructions of Hezbollah*. Peter Lang AG, Internationaler Verlag der Wissenschaften.
- Mentzingen, H., António, N., Bacao, F., & Cunha, M. (2024). Textual similarity for legal precedents discovery: Assessing the performance of machine learning techniques in an administrative court. *International Journal of Information Management Data Insights*, 4(2), 100247. <https://doi.org/10.1016/j.ijime.2024.100247>
- Osokina, S. & Osokin, P. (2025). Linguistic study of the internet-texts from information security perspective. *Til žāne ādebiēt: teorijāsy men tāžiribesi / Language and Literature: Theory and Practice*, 4(4), 102–112. <https://doi.org/10.52301/2957-5567-2025-4-4-98-108>
- Pogrebnyak, N. (2019). The Role of the Precedent Phenomenon in Creating a Language Game in the Headlines of Political Media Discourse. *Linguistic Frontiers*, 2(1), 23–27. <https://doi.org/10.2478/lf-2018-0016>
- The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/> (дата обращения: 20.02.2026 года).
- The Washington Post. URL: <https://www.washingtonpost.com/> (дата обращения: 25.02.2026 года).
- USA Today. URL: <https://www.usatoday.com/> (дата обращения: 20.02.2026 года).

References

- Andreeva, G.A. (2023). Otritsaniya v rechi kak marker opisaniya emotsional'no negativnykh stimulov [Negation in speech as a marker of emotionally negative stimuli description]. *Experimental Psychology*, 16(4), 143–156. (in Russ.). <https://doi.org/10.17759/exppsy.2023160410>
- Bushueva, L.A. & Muliukina, A.E. (2023). Types and functions of precedent names in English-language cinematic discourse. *Linguistics & Polyglot Studies*, 9(3), 116–127. <https://doi.org/10.24833/2410-2423-2023-3-36-116-127>
- Chanysheva, Z.Z. (2012). Suggestivnyi effekt znakov lingvokultury v mediakommunikatsii [Suggestive effect of linguocultural signs in media communication]. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.S. Pushkina*, 1(3), 140–147. (in Russ.).

- Dmitrieva, S. (2021). Functional and Pragmatic Potential of Precedents in English Language Political Media Discourse. *SSRN Electronic Journal*. Retrieved 25 February 2026 from <https://ssrn.com/abstract=3853101>
- Filichkina, T.P. (2024). Precedent phenomena as a means of event representation in the English language media discourse. *Linguistics & Polyglot Studies*, 10(4), 57–70. (in Russ.). <https://doi.org/10.24833/2410-2423-2024-4-41-57-70>
- Kappasova, A. & Adilova, A. (2024). Precedent Text and Semantics of the Article. *Tiltanym*, 3, 224–233. <https://doi.org/10.55491/2411-6076-2024-3-224-233>
- Khamitova, G. & Aubakirova, A. (2024). The Use of Newspaper for Intercultural Communicative Competence Development of Efl Learners'. *Til žäne ädebiet: teoriyâsy men täžiribesi / Language and Literature: Theory and Practice*, 3(3), 93–103. <https://doi.org/10.52301/2957-5567-2024-3-3-93-103>
- Khayyat, T.A. & Khayyat, T.A. (2016). *Political Communication in the Age of Dissemination: Media Constructions of Hezbollah*. Peter Lang AG, Internationaler Verlag der Wissenschaften.
- Malakhova, A.V. (2014). Pragmaticheskiy potentsial vyskazyvaniy s indeksami opredelennosti [Pragmatic potential of utterances with indices of definiteness]. *Vestnik AltGPA: Gumanitarnye nauki*, 21, 82–86. (in Russ.).
- Maryanchik, V.A. (2015). Otsenochnyi vektor kak instrumental'naya kategoriya i komponent aksiologicheskoi struktury teksta [Evaluative vector as an instrumental category and a component of the axiological structure of the text]. *Politicheskaya lingvistika*, 1(51), 39–43. (in Russ.).
- Mentzingen, H., António, N., Bacao, F., & Cunha, M. (2024). Textual similarity for legal precedents discovery: Assessing the performance of machine learning techniques in an administrative court. *International Journal of Information Management Data Insights*, 4(2), 100247. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2024.100247>
- Osokina, S. & Osokin, P. (2025). Linguistic study of the internet-texts from information security perspective. *Til žäne ädebiet: teoriyâsy men täžiribesi / Language and Literature: Theory and Practice*, 4(4), 102–112. <https://doi.org/10.52301/2957-5567-2025-4-4-98-108>
- Pogrebnyak, N. (2019). The role of the precedent phenomenon in creating a language game in the headlines of political media discourse. *Linguistic Frontiers*, 2(1), 23–27. <https://doi.org/10.2478/lf-2018-0016>
- Sablukova, V.A. (2016). *Suggestivno-manipulyativnoe ispol'zovanie natsional'no-kul'turnykh pretsedentnykh fenomenov pri opisaniy yavlenii ksenokul'tury (na materiale angloyazychnykh statey o Rossii)* [Suggestive and manipulative use of national-cultural precedent phenomena in describing xenoculture phenomena (based on English-language articles about Russia)]. Candidate of Philology dissertation. Ufa. (in Russ.).
- The New York Times. Retrieved 20 February 2026 from <https://www.nytimes.com/>
- The Washington Post. Retrieved 25 February 2026 from <https://www.washingtonpost.com/>
- USA Today. Retrieved 20 February 2026 from <https://www.usatoday.com/>
- Zheltukhina, M.R. (2016). Sovremennyi mediadiskurs i mediakul'tura vozdeistviya [Modern media discourse and media culture of influence]. *Verkhnevolzhskii filologicheskii vestnik*, 4, 154–159. (in Russ.).

Zhumabekova, B.K. & Shakhmetova, N.A. (2023). Strukturno-soderzhatel'nyi potentsial pretsedentnykh fenomenov [Structural and semantic potential of precedent phenomena]. *Bulletin of Karaganda University. Philology Series*, 2(110), 104–113. (in Russ.). <https://doi.org/10.31489/2023Ph2/104-113>

Т.М. Тулегенов, Б.К. Жумабекова

Торайғыров университет

Павлодар, Қазақстан Республикасы

АҒЫЛШЫН ТІЛДІ БАҚ-ТАҒЫ ПРЕЦЕДЕНТТІК ҚҰБЫЛЫСТАРДЫҢ БАҒАЛАУ ӘЛЕУЕТІ

Андатпа. Бұл жұмыс Америка Құрама Штаттарының қазіргі бұқаралық ақпарат құралдарының публицистикалық дискурсындағы прецеденттік құбылыстардың бағалау әлеуетін зерттеуге арналған. Зерттеу материалы "New York Times", "USA Today" және "Washington Post" басылымдарының мәтіндері болды, олар прецеденттік антропонимдер мен афористік мәлімдемелерді талдады. Талдау нәтижесінде прецеденттік құбылыстар медиа мәтінде тек номинативті ғана емес, сонымен бірге айқын бағалау функциясын орындайтыны анықталды. Прецеденттік антропонимдер негізінен саяси қайраткерлерді сипаттау, әлеуметтік құбылыстарды теру және қабылдаудың тұрақты ассоциативті модельдерін құру үшін қолданылатыны анықталды. Афористік мәлімдемелер көбінесе авторлық позицияны нығайту, фактілерді түсіндіру және әлеуметтік маңызды оқиғаларға семантикалық екпін беру құралы ретінде қызмет ететіні анықталды. Бұл бірліктердің бағалау семантикасы контекст, мәдени-тарихи бірлестіктер және автордың прагматикалық көзқарасы есебінен қалыптасатыны анықталды. Бағалаудың сипаты басылым жанрына, материалдың коммуникативті мақсатына және белгілі бір басылымның идеологиялық бағытына байланысты екендігі дәлелденді. Зерттеу нәтижелері бойынша прецеденттік құбылыстар авторлық модальділікті білдірудің, мәтіннің экспрессивтілігін арттырудың және қазіргі американдық медиа дискурста оқырман аудиториясына жанама әсер етудің тиімді құралы болып табылады деген қорытындыға келді. Публицистикалық материалдарда бағалау оң және теріс сипатта болуы мүмкін екендігі нақтыланды, бірақ ең нәтижелі-сыни түсіндіру. Прецеденттік бірліктерді қосу журналистке күрделі мағыналардыноам жеткізуге, адресаттың фондық білімін белсендіруге және қазіргі АҚШ-тың қазіргі медиа кеңістігінің жоғары динамикасы жағдайында автор берген арнада ақпаратты қабылдауды бағыттауға мүмкіндік беретіні көрсетілген.

Түйінді сөздер: публицистикалық дискурс; автордың прагматикалық көзқарасы; экспрессивтілік; мәтінді түсіндіру; медиа кеңістік

T.M. Tulegenov, B.K. Zhumabekova
Toraighyrov University
Pavlodar, Republic of Kazakhstan

EVALUATION POTENTIAL OF PRECEDENT PHENOMENON IN ENGLISH-LANGUAGE MEDIA

Abstract. This work is devoted to the study of the evaluative potential of precedent phenomena in the journalistic discourse of modern mass media in the United States of America. The research was based on the texts of “The New York Times”, “USA Today” and “The Washington Post”, which analyzed precedent anthroponyms and aphoristic statements. As a result of the analysis, it was found that precedent phenomena perform not only a nominative, but also a pronounced evaluative function in the media text. It is revealed that precedent anthroponyms are used primarily to characterize political figures, typify social phenomena, and create stable associative models of perception. It is determined that aphoristic statements most often serve as a means of strengthening the author's position, interpreting facts and semantic accentuation of socially significant events. It is established that the evaluative semantics of these units is formed due to the context, cultural and historical associations and the pragmatic attitude of the author. It is also proved that the nature of the assessment depends on the genre of the publication, the communicative purpose of the material and the ideological orientation of a particular publication. Based on the results of the study, it is concluded that precedent phenomena are an effective means of expressing the author's modality, enhancing the expressivity of the text and indirectly influencing the readership in modern American media discourse. It is clarified that in journalistic materials the assessment can be both positive and negative, but the most productive is the critical interpretation. It is shown that the inclusion of precedent units allows a journalist to compactly convey complex meanings, activate the addressee's background knowledge and direct the perception of information in the direction set by the author in the context of the high dynamics of the modern media space in the United States today.

Keywords: journalistic discourse; pragmatic attitude of the author; expressivity; interpretation of the text; media space

Вклад авторов

Т.М. Тулегенов – концептуализация, курирование данных, формальный анализ.

Б.К. Жумабекова – концептуализация, формальный анализ, методология, письмо – обзор и редактирование.