

А. Е. Есенова
Казахстан, Павлодар,
Павлодарский государственный педагогический институт
Научный руководитель, д.ф.н., профессор З.К.Темиргазина

ЯЗЫКОВОЕ МАНИПУЛИРОВАНИЕ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ НА МАТЕРИАЛЕ НОВОСТНЫХ СООБЩЕНИЙ БРИТАНСКИХ СМИ

Количество реципиентов, как один из критериев власти, делают новостные сообщения одним из наиболее влиятельных методов воздействия на аудиторию. Журналисты помимо задачи предоставления объективной информации о тех или иных событиях, преследуют цель воздействия на картину мира адресата путем эксплицитного (реже имплицитного) выражения оценки и своего мнения.

Казахстанский исследователь Ж.С. Абаева называет оценочность наиболее значимым приемом манипулирования общественным сознанием и «ярким представителем прагматического значения» [1, с.3]. Цель манипулирования предполагает использование речевых стратегий и тактик. Согласно Иссерс О.И «**речевая стратегия** – это совокупность речевых действий, направленных на достижение общих коммуникативных задач; **речевая тактика** – это одно или несколько действий, способствующих реализации стратегии» [3, с. 20]. На основе классификаций речевых стратегий и тактик Паршиной О.Н [5, с.132-138] и Михалевой О.Л [4, с.15] были выделены:

- **стратегия на понижение оценочного статуса** (тактики анализ-минус, тактики обличения, тактики неявной критики);
- **стратегия на повышение оценочного статуса** (тактика анализ-плюс, тактика презентации, тактика использования позитивной статистики, тактика контрастных кандидатур);
- **стратегия сохранения нейтральности** (тактика объективного информирования).

Проанализируем статью «David Cameron: the EU is not working now and we will change it» [DT, 15.03.14] написанной Дэвидом Кэмероном, премьер-министром Великобритании. В данной статье стратегия на повышение оценочного статуса реализуется тактикой анализ-плюс и тактикой самопрезентации [2, с.16], направленных на имплицитное выражение положительного отношения к описываемой ситуации и представление адресата как объекта позитивного оценивания. “The British people now have a very clear choice: **if you want a referendum on whether Britain should stay in the EU or leave, only the Conservative Party will guarantee to hold one**” [DT, 15.03.14] – использование условного предложения 1 типа подчеркивает высокую степень вероятности выполнения обещания, повтор фразы “only the Conservative Party” и модальных глаголов “will”, “must” подчеркивает мысль о предназначении консерваторов как гаранта решения текущих проблем. Частым использованием дейктики “we” (мы), “our” (наш) Кэмерон повышает статус сообщения, представив свою позицию как мнение

большинства. Это позволяет сделать субъективную позицию политика объективной, общенародной. “We **have already shown** that we can change Europe. By our own exertions, we **have become** masters of our own destiny. We **have reformed** fisheries policy” [DT, 15.03.14] – использование времени Present Perfect позволяет подчеркнуть результативность и эффективность политики партии. Прием сравнения консервативной и лейбористской партий в пользу первой подчеркивает правильность политического курса данной партии: “whereas Labour jeopardised our debate and **weakly** signed Britain up for eurozone bailouts, we put a stop to that, the first ever power returned from Brussels to Britain. And a year ago, we cut the EU budget for the first time in history – when everyone told us it was **impossible**” [DT, 15/03/14]. Варьирование лексики с компонентом “new” – «новый» (“new mechanisms”, “new European Union”, “new member states, “new settlement”) является ярким позиционированием идеи об прогрессивных изменениях, предлагаемых консервативной партией. Поляризация образов «свой-чужой» проявляется в противопоставлении оппозиционной партии и ЕС, Великобритании и ЕС: «at home” – “in Europe”, “Britain – Europe”, “defeatists like Ukip, the Labour, the Democrats”. Дэвид Кэмерон продолжает мысль о будущих позитивных изменениях: “Yes to the single market. Yes to turbo changing free trade. Yes to a family of nations” [DT, 15.03.14]. В предложении “We are cleaning up the **mess** Labour left behind” [DT, 15.03.14] Кэмерон подчеркивает роль консервативной партии как регулятора беспорядка эмоционально окрашенным словом “**mess**” – «беспорядок, бардак». Путем внедрения лексики с положительной коннотацией, сравнением позиций оппозиционных партий, указанием их недостатков, акцентированием позитивных фактов, использованием дейктики, Дэвид Кэмерон создает образ партии Консерваторов, как единственного гаранта светлого будущего, что в дальнейшем будет способствовать благоприятному восприятию политики данной партии среди реципиентов.

В статье “Vladimir Putin ends an EU dream” [DT, 08.03.14] представлена стратегия понижения оценочного статуса путем тактики обличения меркантильных интересов ЕС. В предложении “Having already **absorbed** three other former Russian satellite states, in its insatiable desire to expand its empire, the EU is looking for Ukraine to follow suit” [DT, 08.03.14] мы находим построение метафорической модели «ЕС- это ненасытное чудовище»: [ЕС] [чудовище] – это сфера-источник, откуда такие характеристик как ненасытность, алчность, поглощение жертв переносятся в область-мишень – Европейский Союз (ЕС). Как мы видим, посредством данной метафоры, автор выражает свое негативное, осуждающее отношение к меркантильной политике ЕС относительно Украины.

В выражениях “The West's terrifying confusion”, “The West's frightening confusion over Ukraine” [DT, 08.03.14] – посредством эмоционально окрашенных эпитетов, определяющих слово замешательство, автор критикует нерешительность Запада. Следует отметить, что в статье автор соотносит действия стран ЕС и США к «плохим/неправильным», а ответные

реакции России представлены как «правильные/справедливые». “Not surprisingly, as a good Russian nationalist, when President Putin sees the EU parking its cardboard tanks on his lawn, he sees this as a **threat**. If we poke Russian bear, it acts accordingly” [DT, 08.03.14] Использование речевого стереотипа «The Russian bear» придает большей экспрессивности выражению. «The truth is that, lost in its **vain dream** of ever **greater expansion**, the EU has at last been caught out” - потребление лексики с отрицательной и оценочной коннотацией “vain dream” (тщеславная мечта»), “greater expansion” («большая экспансия») формирует представления о действиях ЕС как меркантильных и захватнических. Применяя прием контраста: “a leader, made strong by the sense that his country’s interests are being intolerably challenged - mediocrities of the West, emasculated by their collective fantasy” [DT, 08.03.14] и использованием инвективной лексики “mediocrities” («бездарности») и “nonentities” («ничтожества») автор создает образ политиков Запада как людей неспособных, бездарных и глупых.

Стратегия сохранения нейтральности авторами реализуется тактикой объективного информирования посредством применения приемов цитирования, передачи косвенной речи, реферирования к источникам информации, нейтральной номинации участников новостного сообщения, описания фактов, использования нейтральной лексики. “The US embassy to Iraq says the United States has delivered 100 Hellfire missiles, along with assault rifles and ammunition, as part of its anti-terrorism assistance to the country. In a statement issued on Sunday, the embassy said the delivery was made earlier this month in order to help bolster Iraq forces fighting a breakaway al-Qaida group known as the Islamic State of Iraq and the Levant” [Guardian, 16.02.14]. В данной статье журналист применяет тактику объективного информирования и избегает использования оценочной и эмоционально - экспрессивной лексики. Таким образом, проанализировав новостные сообщения политической тематики в британских СМИ, мы приходим к выводу, что употребление эмоционально - оценочной лексикой является основным средством речевого манипулирования в рамках стратегий понижения и повышения оценочного статуса. Стратегия сохранения нейтральности реализуется тактикой объективного информирования, которая характеризуется отсутствием лексики с положительной или негативной коннотацией.

Список литературы

1. Абаева Ж.С. Оценочность как стилеобразующий фактор в языке газеты// Вестник КазНУ. Серия филологическая. – 2009. - №2. – с. 3-6
2. Андриющенко, О.К. Прагматические особенности агитационной листовки в казахстанском предвыборном дискурсе [Текст]: автореф. дис. канд. филол. наук / Андриющенко Ольга Константиновна. Республика Казахстан, Алматы, 2009. — с. 16.

3. Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: Автореф. дис. д-ра филол. наук/ О.С. Иссерс. - Екатеринбург, 1999. – с. 20..
4. Михалева, О.Л. Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия / О.Л. Михалева. – Иркутск, 2005. – с.15 – 86.
5. Паршина О.Н. Российская политическая речь: теория и практика. Изд.2-е, испр. и доп. - М.: Изд-во ЛКИ, 2007. – с. 132-137.

Список фактических материалов

The Daily Telegraph = DT, 15.03.14 [электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk/news/newstopics/eureferendum/10700644/David-Cameron-the-EU-is-not-working-and-we-will-change-it.html>

The Daily Telegraph = DT, 08.03.14 [электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/vladimir-putin/10684392/Vladimir-Putin-ends-an-EU-dream.html>

The Guardian, 16.02.14 [электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.theguardian.com/world/2014/mar/16/us-ships-arms-iraq-islamist-militants>