

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ФИЛОЛОГИИ И ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра английского языка

ДОПУЩЕНО К ЗАЩИТЕ ВГЭК
И ПРОВЕРЕНО НА ОБЪЕМ
ЗАИМСТВОВАНИЯ
Заведующий кафедрой,
д-р филол. наук, профессор
14.06. Н.Н. Белозерова
2016 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

РОЛЬ ОСОБЫХ ТЕКСТОВЫХ СТРАТЕГИЙ КАК СРЕДСТВО
ГАРМОНИЗАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

45.04.02 Лингвистика
Магистерская программа
«Теория и практика преподавания иностранных языков и культур»

Выполнила
студентка 2 курса
очной формы обучения

Роговенко Анастасия
Александровна

Руководитель работы
доктор филол. наук,
профессор

Андреева Кира
Алексеевна

Рецензент
канд. филол. наук,
доцент

Шапочкин Дмитрий
Владимирович

Тюмень 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ПОЛИТИЧЕСКИЙ ГАЗЕТНЫЙ ДИСКУРС: ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ	7
1.1 Лингвокультурный и когнитивный аспекты изучения политического газетного дискурса	9
1.2 Языковые средства газетного дискурса, их цели и задачи	13
1.3 Лингвостилистические параметры газетного дискурса.....	16
1.4 Понятие лингвистической прагматики и коммуникативно-речевой стратегии	18
1.5 Коммуникативная стратегия убеждения и особенности ее реализации в политическом дискурсе	21
1.6 Манипулирование как стратегия политического дискурса.....	26
1.7 Гармонизация и дисгармония политического дискурса	28
Выводы по главе 1.....	30
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ТЕКСТОВЫХ СТРАТЕГИЙ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА НА ОСНОВЕ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ	32
2.1. Лексические приемы в аналитических политических статьях англоязычного газетного дискурса	32
2.2. Стилистические приемы в аналитических политических статьях англоязычного газетного дискурса.	35
2.3. Синтаксические приемы в аналитических политических статьях англоязычного газетного дискурса	37

Выводы по главе 2.....	39
ГЛАВА 3. АНАЛИЗ ТЕКСТОВЫХ СТРАТЕГИЙ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА НА ОСНОВЕ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ.....	40
3.1 Лексические приемы в аналитических политических статьях русскоязычной газетной прессы.....	40
3.2 Стилистические приемы в аналитических политических статьях русскоязычного газетного дискурса	42
3.3 Синтаксические приемы в аналитических политических статьях англоязычной газетной прессы.....	45
Выводы по главе 3.....	47
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	49
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	51

ВВЕДЕНИЕ

Средства массовой информации нацелены на представление фактов происходящего и вовлечение индивида в частности и общества в целом в этот процесс путем ментализации (в психологии, ментализация - это способность понимать психическое состояние, как свое, так и других, от которого напрямую зависит поведение индивида). Газетный дискурс, реализуемый масс-медиа, в частности, прессой, конструирует мир людей. Зачастую введение автором тех или иных фактов является субъективным и зависит от его национальности, вероисповедания, политических взглядов и т.п. Исследованиями в данной области занимались многие отечественные и зарубежные ученые, такие как: А.П. Чудинов, А.Н. Баранов, Н.Б. Слободяник, Г.Я. Солганик, В. З. Демьянков, Е.М. Верещагин, А.Д. Трахтенберг, Т.А. ван Дейк, Д.М. Шапочкин, и другие.

В настоящей работе рассматриваются точки зрения представителей различных языковых культур, в частности русской и английской, на конкретные политические ситуации, высказанные в различных периодических изданиях, сопоставляемые на основании комплексного анализа синтаксических, лингвистических и стилистических особенностей текстов аналитического жанра газетной периодики.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью всестороннего исследования языковых особенностей массовой коммуникации, в том числе системного и многоаспектного анализа газетных текстов в свете появления и развития научного направления – медиалингвистики.

Научная новизна заключается в применении всестороннего комплексного анализа лексических единиц текстов политической направленности, конструирующих определенную точку зрения «здесь и сейчас».

Гипотеза исследования состоит в том, что средства гармонизации политического дискурса в газетном стиле проявляются через стилистические,

синтаксические и лексические средства экспрессии. Выбор этих средств автором напрямую зависит от лингвокультуры. Но существуют универсальные для обоих языков средства выразительности.

Предметом исследования является газетный аналитический текст.

Объектом исследования являются синтаксические, лингвистические и стилистические языковые средства, наиболее часто и активно используемые в русскоязычных и англоязычных газетных аналитических текстах политической направленности.

Материалом исследования послужили аналитические статьи следующих периодических изданий на русском языке: «Российская газета» (1917), «Известия» (1917), «Московский Комсомолец» (1977), «Аргументы и факты» (1987), «Независимая газета» (1990); и на английском языке: "The Times" (1785), "Observer" (1791), "Sunday Times" (1822), "The New York Times" (1851), "Daily Express" (1900), "Daily Mirror" (1910), "Morning Star" (1930), "Guardian" (1956), "The Independent" (1986).

Цель диссертационной работы заключается в определении роли текстовых стратегий в достижении понимания и согласия между адресантом и адресатом в текстах СМИ, в частности в аналитических политических статьях русскоязычной и англоязычной газетной прессы.

Поставленная цель потребовала решения следующих **задач**:

- дать общую характеристику политическому газетному дискурсу, рассмотрев и обобщив накопленный теоретический материал;
- выделить круг синтаксических, лексических и стилистических приемов, участвующих в формировании текстовых стратегий;
- определить параметры классификации отобранных синтаксических, лексических и стилистических средств, а также текстовых стратегий и проанализировать различия в их употреблении;
- сопоставить полученные данные о текстовых стратегиях по двум языкам;

- определить, как выявленные стратегии влияют на достижение консенсуса между обеими сторонами участников данного заочного диалога между “убеждающим” и “убеждаемым”.

Теоретическая значимость исследования кроется в сопоставлении изученного теоретического материала по особенностям политического газетного дискурса. Полученные результаты будут способствовать выявлению языковых механизмов воздействия средств политического дискурса на общество.

Практическая ценность проведенного исследования заключается в возможности применения полученных сведений в курсе практической и теоретической грамматики, сопоставительного синтаксиса, в курсах по стилистике и лингвистике, а также теоретических курсах по социолингвистике и медиалингвистике.

Методы исследования определены задачами и подразумевают использование общенаучных методов: дедуктивного и описательно-аналитического – для определения теоретической базы исследования, метода сравнения – для выявления общности и инвариантности исследуемых признаков и значений; а также специальных лингвистических методов: метода текстовой интерпретации, контекстуального анализа, метода сплошной выборки, приема количественного подсчета лексических единиц.

Структура работы. Диссертационная работа состоит из введения, трех глав – теоретической и двух практических, выводов по каждой главе, заключения, списков литературы, словарей и источников материала исследования.

Теоретической базой исследования послужили работы отечественных и зарубежных лингвистов в области лингвистики текста и теории дискурса (И.Р. Гальперин, А.П. Чудинов, А.Н. Баранов, Н.Б. Слободяник, Г.Я. Солганик, В. З. Демьянков, А.Д. Трахтенберг, Т.А. ван Дейк, Д.М. Шапочкин, В.А. Кухаренко, М.Л. Макаров, др.).

ГЛАВА 1. ПОЛИТИЧЕСКИЙ ГАЗЕТНЫЙ ДИСКУРС: ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

Дискурсом называют текст в его становлении и восприятии, иначе говоря, дискурс – это связный текст в ситуации общения [Карасик 2000, 54].

Принимая во внимание тот факт, что дискурс создается в определенной ситуации общения, где участники обладают различными социальными ролями и установками, выделяют два типа дискурса: персональный (лично-ориентированный) и институциональный (статусно-ориентированный). Интересам нашего исследования отвечает институциональный дискурс, где общение происходит в заданных рамках статусно-ролевых отношений на основании цели и участников общения. Именно к этому типу относится политический дискурс СМИ. [Чернявская 2001, 23].

В нашей работе мы обращаемся к самому почетному виду СМИ – газете. Политический газетный дискурс имеет ряд ключевых особенностей, свойственных публицистике в целом. Главным образом, он является регистратором общественного мнения и определяет адекватную социальную активность людей в рамках довольно широкого круга их интересов, распространяющихся далеко за пределы политики [Луканина 2003, 17].

Газетному дискурсу свойственны такие универсальные качества, которые дают ему возможность активно вмешиваться в процессы нормализации и обработки литературного языка. Это, прежде всего, его массовость, регулярность, территориальная неограниченность, актуальность и информативность. Текст политической газетной статьи ориентирован на восприятие и интерпретацию зачастую недифференцированной аудитории, он субъективирован и обладает структурной и функциональной цельностью.

Сущность речевого воздействия на читателя состоит в том, что каждый элемент системы массовой коммуникации – адресант, адресат, сообщение,

цели и мотивы деятельности, в структуре которой осуществляется вербальная коммуникация, должен рассматриваться только в рамках структурных связей всей системы. Общение с помощью средств массовой коммуникации осуществляется как социальное взаимодействие, которое предполагает совместную активность коммуникантов в структуре определенных социальных отношений. Необходимо отметить, что общество, в свою очередь, накладывает определенные ограничения на социальную активность коммуникантов в силу того, что они выступают как носители социальных ролей. При социальном взаимодействии коммуниканты, уточнив свои социальные отношения в качестве платформы для сотрудничества (или противодействия) и социальные роли друг друга, могут строить обоснованные гипотезы относительно интерпретационных возможностей собеседника и прогнозировать его реакции на воздействие. Воздействие газетного дискурса носит характер не прямой директивности, а скорее косвенного, нередко скрытого формирования в сознании читателя готовности совершить то или иное социальное действие, таким образом реализуется манипулятивная направленность этого вида дискурса.

Если кратко представить процесс коммуникации в политическом газетном дискурсе, он будет выглядеть так: коммуникатор отправляет сообщение, имеющее определенную форму, содержание и цель. Сообщение обращено с целью быть принятым реципиентом, который реагирует на получаемое сообщение в зависимости от системы общественных ценностей, потребностей его личности, приспособленной в свою очередь к социальной среде обитания.

Важным моментом влияния на реципиента является оценка, выражаемая в текстах средств массовой информации, которая определяется социальными и идеологическими факторами – она обуславливается задачами политической борьбы, противостояние идеологий, потребностями позитивной, идейной и моральной самопрезентации, часто связанной с устремлением к компрометации оппонента [Токарева1988, 23].

1.1 Лингвокультурный и когнитивный аспекты изучения политического газетного дискурса

Общеизвестно, что язык и культура взаимосвязаны в процессах коммуникации. Сложно оспорить и тот факт, что аудитория политического дискурса СМИ принадлежит определенной культуре. Таким образом, национально-культурная специфика является важным аспектом исследования политического дискурса. Последний возникает не в абстрактной «вакуумной» среде, а в конкретных жизненных условиях, социально-культурном пространстве, подчиненном своим уникальным культурно-обусловленным правилам, кодам, которые тысячелетиями формировались в данном культурном ареале. Соответственно текст политического дискурса является его культурным продуктом и его репрезентантом. Уклониться от влияния СМИ, и политических газетных статей в том числе, человеку практически невозможно, СМИ создаются в рамках культуры, культура пропитывает в большей или меньшей степени всех носителей принятого культурного кода и языка.

В современном мире почти нет изолированных культурных ареалов, международная политика каждого государства часто играет определяющую роль его развития, поэтому есть основание говорить о существовании политического газетного дискурса в кросс-культурном пространстве.

Мы полагаем, что лингвокультурологический подход к анализу политических газетных текстов может сводиться с одной стороны к выявлению этнокультурных особенностей, характерных только данному типу культуры, а с другой – к рассмотрению универсальных явлений культуры, нашедших отражение в политическом дискурсе. Лингвокультурный характер исследуемого феномена также требует привлечения экстралингвистических данных для его адекватного описания.

Русскую и английскую культуры можно рассматривать как культуры мирового масштаба. Их лингвокультурная среда включает как этнических

русских и англичан, так и тех, кто в той или иной степени связали свою жизнь с изучением этих культур, их языков.

Вслед за Маклаковой Е.А. будем рассматривать культуру как «трехслойную сущность»: 1) верхний слой, наиболее явный и доступный чувственному восприятию, включает артефакты, другие материальные явления культуры, а также язык; 2) средний слой — нормы и ценности; 3) внутренний слой — базовые установки, послышки, убеждения. Национальная культура отражает исторически складывающееся мировоззрение народа, реализуемое в традициях, национальных реликвиях и получающее свое отражение в языке в различных формах.

Приведем классификацию форм проявления лингвокультурологической специфики языковых явлений по Е.А. Маклаковой:

- наименования исторических событий, хранящихся в исторической памяти народа;
- наименования культурологических реалий;
- наименования ономастических реалий;
- наименования, связанные с национальными прецедентными текстами;
- наименования национально-исторических безэквивалентных реалий
- наименования национально-материальных (бытовых) реалий;
- наименования, отражающие национально- культурную символику.

[Маклакова2011, 45-47].

К лингвокультурно-значимым явлениям языка может быть отнесено также использование определенной лексики в поговорках и суевериях [Талл2011, 96].

Важно отметить, что любая из форм проявления национально-культурной специфики может быть использована автором политического газетного текста при достижении соответствующей коммуникативной цели.

Сегодня многие исследования в области лингвистики не могут обойтись без когнитивного анализа процессов рече(тексто)порождения. Любой текст, созданный индивидом в процессе коммуникации, имеет в своей основе структуры представления его знаний о мире и модели концептуальной организации действительности. Помимо этого, исследователю коммуникации необходимо знать, что именно способствует правильному восприятию слушающим интенции говорящего, — а это во многом все то, что остается за пределами вербального выражения, но тем не менее оказывается неотъемлемой частью высказывания. Это остающееся «за кадром» содержание относится и к индивидуальному опыту участвующих в коммуникации индивидов, и к тому «фону» знаний, который их объединяет или, наоборот, разъединяет [Шапочкин 2012, 35]

Исследуя политический дискурс на материале аналитических газетных статей, мы уделяем большое значение анализу когнитивных аспектов коммуникации, а именно когнитивному анализу дискурса, т.к. он наиболее полно охватывает коммуникативное событие. Он объединяет *участников* с их целевыми установками, играющих различные коммуникативные социальные и профессиональные роли, и *социальные области* (в нашем случае это политика), а также другие *экстралингвистические свойства контекста* (например, вероисповедание и образование участников, актуальные мировоззренческие тенденции).

Политический дискурс оказывает речевое воздействие, которое может быть описано как «совокупность процедур над моделями мира участников ситуации общения, приводящих к передаче знаний от одного участника к другому» [Баранов 2009, 22]. Когнитивная модель в рамках изучения политического дискурса носит интегрированный характер, т.е. при ее построении в расчет должны браться не только абстрактные ментальные

знания человека, но также и реальные мнения, потребности, желания, предпочтения, установки, намерения, чувства, эмоции [Т. Дейк 1989, 86].

Вслед за Д.В. Шапочкиным под когнитивной моделью политического дискурса мы понимаем *абстрактный конструкт ментальных знаний, который ограничен политической сферой общения и в котором прослеживается, а также реализуется неограниченное количество имплицитных и эксплицитных интенций коммуникантов*. Когнитивная модель политического дискурса должна включать в себя следующие компоненты: *характеристика говорящего и его когнитивно-речевых стратегий, характеристика коммуникативно-прагматического пространства или контекста, характеристика языкового пространства или текста*. [Шапочкин 2012, 24].

Таким образом, лингвокультурный и когнитивный аспекты изучения политического дискурса охватывают и способны объяснить многочисленные нюансы создания текста, лингвистического и экстралингвистического характера; отражают динамичную природу языка, как особую естественную семиотическую систему по обработке, накоплению и передаче информации, и речевую деятельность отдельных носителей языка, направленную на обмен информацией.

1.2 Языковые средства газетного дискурса, их цели и задачи

Как мы уже отмечали, ведущей коммуникативной стратегией политического дискурса является манипуляция. Следовательно, языковые средства, используемые автором политического текста, должны главным образом выполнять функцию активного речевого воздействия на реципиента, зачастую навязывая те или иные политические представления, побуждая к действиям. В свете когнитивного подхода интересам нашего исследования становятся все те языковые средства, которые могут быть использованы для осуществления контроля за сознанием собеседника [Паршин 1986, 12].

Есть мнение, что политический дискурс, как институциональное общение, использует определенную систему профессионально ориентированных знаков, то есть обладает собственным подязыком (лексикой, фразеологией и паремиологией) [Карасик 2004, 69].

Кроме того, австрийский лингвист Р.Водак утверждает, что «политический язык находится как бы между двумя полюсами – функционально обусловленным специальным языком и жаргоном определенной группы со свойственной ей идеологией. Поэтому политический язык должен быть доступным для понимания в соответствии с задачами пропаганды и ориентированным на определенную группу по историческим и социально – психологическим причинам» [Водак 1998, 77].

Важно отметить, что спецификой аудитории читателей газетных аналитических статей является ее разноплановость, соответственно воздействие на реципиента осуществляется через все разнообразие лингвистических средств доступных для данного языка. Однако, язык политических текстов не тождественен быденному языку. Его особенность заключается не столько в использовании каких-либо специальных формальных средств, сколько в таком изменении соотношения между означаемым и означающим, в котором единицы хорошо знакомого языка

получают необычную интерпретацию. Из политического текста может быть вычитан некоторый неэксплицитный смысл, отличный от буквального или прямо-противоположный ему. Часто считается, что «этот самый неэксплицитный смысл и есть истинный смысл политического текста» [Паршин 1986, 14].

Относительно семантического поля, которому принадлежат языковые средства, активно используемые в рамках политического дискурса мы можем отметить следующее: следуя своей цели, автор текста обращается к лексике, так или иначе отражающей общечеловеческие ценности. Сформированный автором текст как правило сконцентрирован вокруг некоторого опорного базового концепта или концептуальной оппозиции, имеющей национально-культурную специфику – «добро и «зло», «свобода и власть», «свой-чужой» и т.п.

Значительное место в семиотическом пространстве политического дискурса занимает афористика, которая фиксирует в своей семантике обширный пласт знаний. Е. М. Верещагина и В. Г. Костомаров включают в число языковых афоризмов следующие типы единиц: 1) пословицы и поговорки; 2) крылатые слова — «краткие цитаты, образные выражения, изречения исторических лиц»; 3) призывы, девизы, лозунги; 4) общественно-научные формулы и естественнонаучные формулировки.

Политическая афористика — это языковые рефлексy политическoй коммуникации. Она относится к ориентирующим знакам, по которым политик опознается в дискурсе. Отличительные черты афоризмов — новизна, оригинальность мысли, доминирование субъективности, агитационный «подтекст», лесть, манипулятивность, что дает политическому дискурсу магию воздействия на слушателя благодаря своему «внешнему оформлению и внутреннему содержанию» [Верещагин 1990, 42].

Основными языковыми средствами газетного дискурса служат *клише*, *фразеологизмы*, *афоризмы*, *модальные слова*, представляющие ядро дискурсивной лексики и выражающие авторскую интенцию. Специфика

синтаксиса газетного дискурса заключается в употреблении *повторов, параллелизма, эллипсиса, парцелляции, чередовании длины высказываний и характерных для данного стиля грамматических конструкций*[Куек 2005, 18].

1.3 Лингвостилистические параметры газетного дискурса

Стилистический потенциал определенного языка – одно из самых сильных средств речевого воздействия. С целью непрямого речевого воздействия (суггестии) автор политического текста активно использует косвенные номинации – *метафоры, метонимии, аллюзии, языковую игру, цитирования, риторические вопросы* и т.д. Косвенные номинации в определенной степени обусловлены национально-культурной спецификой, но главные их характеристики имеют универсальный характер. Они могут выступать как средство реализации определенной иллокутивной силы высказывания, которая создает экспрессивно-оценочный эффект.

Согласно когнитивной теории метафоры, в результате метафорического переноса происходит проецирование понятийной области источника на область цели. Метафоры в политическом дискурсе могут быть как конвенциональными (устоявшимися), так и творческими, не фиксированными еще в языковой системе [Баранов 2009, 46].

Под *языковой игрой* понимается «нестандартное, отклоняющееся от нормы использование языковых выражений, целью которой является не передача информации, а затруднение понимания, приводящее к концентрации внимания... на языковом выражении, на границах и возможностях языкового воплощения смысла» [Баранов 2009, 46].

Важную роль в политическом дискурсе играют *эвфемизмы*. Суть этого явления – не прямое именованье нежелательного денотата. Средства снижения интенсивности высказывания в политическом дискурсе используются для того, чтобы приглушить, смягчить неприятные факты, приукрасить истинное положение дел. Анализ политических текстов показывает, что эвфемизмы как нельзя лучше способствуют достижению этой цели [Дементьев 2006, 103].

Итак, в политическом дискурсе широко используются вариативные формы косвенной номинации: метафоры и риторические вопросы,

усиливающие суггестивный эффект, а также эвфемистические замены, ссылки и цитирования, которые, могут способствовать снижению интенсивности высказывания, уходу от прямой оценки событий и снятию ответственности с говорящего.

1.4 Понятие лингвистической прагматики и коммуникативно-речевой стратегии

Лингвистическая прагматика представляет собой тот участок лингвистической теории, который эксплицирует коммуникативную сторону языкового функционирования и употребления [Баженова 2003, 108]. По определению И.С. Баженовой, лингвопрагматика представляет собой аспект речевой деятельности, связанный с сознательным, целенаправленным выбором языковых средств для наиболее эффективного воздействия на собеседника с целью вызвать у него определенные эмоции, мысли, чувства, действия [Баженова 2003, 108].

Р.С. Столнейкер определяет прагматику как науку, изучающую язык в его отношении к тем, кто его использует [Столнейкер 1985,419].

Следовательно, процесс коммуникации напрямую связан с лингвистической прагматикой, так как любая информация всегда воспринимается и интерпретируется человеком.

Текст политической статьи коммуникативен, то есть содержит некую информацию, которую автор передает реципиенту. Эта информация может служить для адресата источником знания о явлениях, событиях, но также являться источником оказания на адресата сильного эмоционального воздействия и побудить его к определенным действиям. Поскольку эмоциональная сфера – это один из рычагов, управляющих поведением любого человека, то для авторов данных статей важно оказать на читателя эмоциональное воздействие и создать у него нужную установку.

Успешное решение лингвопрагматических задач лежит в умении использовать механизм «акцентности» (Шестакова:33). В тексте политической статей «акцентность» направлена на то, чтобы завоевать внимание читателя, сформировать у него нужную авторам идеологическую установку. К таким механизмам «акцентности» мы относим не только ясное и четкое изложение своих позиций, но и использование эпиграфов,

нумерации, графическое выделение (жирный шрифт, курсив, заглавные буквы), а также использование невербальных средств (фотографий, картинок, символики партии) и другие механизмы.

Понятие стратегии является важнейшим при изучении речевого воздействия. Изучению коммуникативно-речевой стратегии посвящены работы многих исследователей. В раскрытии данного понятия мы будем опираться, прежде всего, на работы М.Ю. Олешкова, А.П. Сковородникова, И.Н. Борисовой. Так, например, М.Ю. Олешков определяет речевую стратегию как «конкретный план речевого воздействия на партнера по коммуникативной ситуации, специфический способ речевого поведения, избранный в соответствии с целеустановкой, интенцией говорящего». [Олешков 2006, 41]

А.П. Сковородников определяет интересующее нас понятие следующим образом: «Речевая (коммуникативная) стратегия – это общий план, или «вектор», речевого поведения, выражающийся в выборе системы продуманных говорящим / пишущим поэтапных речевых действий; линия речевого поведения, принятая на основе осознания коммуникативной ситуации в целом и направленная на достижение конечной коммуникативной цели (целей) в процессе речевого общения» [Сковородников 2004, 6].

М.Ю. Олешков отмечает, что результат коммуникативного взаимодействия достигается в процессе своеобразной «договоренности» коммуникантов за счет постоянной коррекции выдвигаемых предложений и контрпредложений, влияющих на изменение статуса интерпретации темы: две индивидуальные (различные) интерпретации «синтезируются» на основе общей трактовки. Преобладание той или иной интерпретации в рамках итоговой определяется уровнем доминирования одного из коммуникантов в интеллектуальном, социальном, иерархическом, возрастном и т. п. аспектах. Конечной целью любой речевой стратегии является коррекция картины (модели) мира адресата [Олешков 2006, 44-45].

Вслед за И.Н. Борисовой мы рассматриваем коммуникативную стратегию в качестве «результата организации речевого поведения говорящего в соответствии с прагматической целеустановкой, интенцией. В широком смысле коммуникативная стратегия понимается как общее намерение, задача в глобальном масштабе, сверхзадача речи, диктуемая практической целью продуцента» [Борисова 1996, 22].

Следует отметить, что дискурс в стратегическом аспекте рассматривается как феномен в сфере социальной и культурной деятельности. Он детерминирован реализуемой им коммуникативной макростратегией: *информирования, манипулирования, консолидации.*

Коммуникативная стратегия предполагает отбор фактов, событий и явлений и подачу их в определенном освещении, заставляет говорящего соответственно организовывать речь, обуславливает подбор и использование языковых средств [Олешков 2006, 47].

1.5 Коммуникативная стратегия убеждения и особенности ее реализации в политическом дискурсе

Язык – мощное орудие воздействия на участников коммуникации. Его ресурсы позволяют не просто описать определенную ситуацию, но и передать необходимое говорящему видение мира, управлять его восприятием ситуации и навязывать ее положительную или отрицательную оценку.

Речевое воздействие зачастую оказывается наиболее эффективным способом влияния, так как оно обладает большим количеством способов управления мнением слушающих.

Под способностью убеждать подразумевают «владение приемами речевого воздействия, которые включают навыки построения речевых стратегий, способность к аргументированию, а также умение применять соответствующие языковые средства» [Калинин2009, 3].

Рядом лингвистов речевое воздействие рассматривается как речевое общение, взятое в аспекте его целенаправленности. По мнению И. А. Стернина, предметом теории речевого воздействия является эффективность общения, т. е. в центре внимания данной научной дисциплины находится выбор наиболее адекватного способа вербального воздействия на адресата.

В большинстве работ, посвященных теории коммуникации, понятия речевой и коммуникативной стратегии не разграничиваются и употребляются в качестве синонимов. Однако, исходя из того, что понятие коммуникации является очень широким и охватывает различные аспекты речевого общения, данное высказывание не совсем верно. Именно поэтому коммуникативная стратегия предполагает подключение помимо речевых средств также средств паралингвистического воздействия на аудиторию. При вербальном воздействии используются собственно языковые средства. Однако принципиального различия между содержанием терминов «коммуникативная стратегия» и «речевая стратегия» для нас нет, и с учетом того, что в цитируемых нами работах используются оба термина, мы будем считать их синонимами.

Как верно отмечает О. С. Иссерс, «основная проблематика лингвистического анализа речевого воздействия связана с изучением стратегий говорящего и всех находящихся в его распоряжении языковых ресурсов, которые определяют достижение им коммуникативной цели» [Иссерс2003, 23].

По мнению О. С. Иссерс, «стратегия речевого поведения охватывает всю сферу построения процесса коммуникации, когда ставится целью достижение определенных долговременных результатов. В самом общем смысле речевая стратегия включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана». Таким образом, речевую стратегию можно представить в виде «комплекса речевых действий, направленных на достижения коммуникативной цели» [Иссерс2003, 54].

Именно такая трактовка речевой стратегии представляется нам наиболее правильной.

Для достижения конкретной коммуникативной цели коммуникатор должен заранее наметить конкретные способы воздействия. В данном случае можно говорить о выборе одной или нескольких коммуникативных стратегий. Коммуникативная стратегия распадается на отдельные речевые тактики и коммуникативные ходы. Под речевой тактикой принято понимать одно или несколько действий, направленных на реализацию коммуникативной стратегии.

Классификацию коммуникативных стратегий приводит О. С. Иссерс. К основным стратегиям автор относит те, которые непосредственно связаны с воздействием на адресата, его модель мира, систему ценностей, поведение; это могут быть стратегии информирования, дискредитации, подчинения и т. д. Вспомогательные же стратегии, по мнению О. С. Иссерс, способствуют эффективной организации диалогового взаимодействия и могут быть подразделены на прагматические (построение имиджа, формирование

эмоционального настроения) и риторические (привлечение внимания, драматизация) [Иссерс 2011, 86].

К. Е. Калинин в своей работе выделяет следующие коммуникативные стратегии, а также тактики, приемы и средства, используемые для их реализации [Калинин 2009, 3]:

1) *стратегия презентации*: тактика обещания, пример личного опыта, индукция позитивного эмоционального состояния;

2) *стратегия призыва*: ссылки, аллюзии, уверенная презентация, искренность автора;

3) *стратегия самопрезентации*: критика, дискредитация оппонентов, аллюзии, закрепление позитивного образа, использование ключевых фраз, параллелизм, рамочная конструкция, эмоциональный призыв;

4) *стратегия дискредитации оппонента*: тактика логической аргументации, демонстрация, подбор информации и ее интерпретация в необходимом свете, призыв, создание негативного образа, постулирование авторитетного мнения.

При этом К. Е. Калинин рассматривает данные стратегии в качестве разновидностей стратегии убеждения, так как, во-первых, их фундаментальная цель состоит в регулировании физической и интеллектуальной деятельности адресата и, во-вторых, во всех случаях имеет место выступление оратора перед аудиторией [Калинин 2009, 4].

Однако мы полагаем, что вышеперечисленные способы достижения единой коммуникативной цели – убеждения являются не разными стратегиями, а скорее вариантами стратегии убеждения, т. е. тактиками, используемыми в рамках данной стратегии.

Существует определенная зависимость между ситуацией и выбором речевого поведения, формированием основополагающих стратегий и тактик. Поскольку достижение в ходе профессиональной коммуникации некоего практического результата предполагает элемент убеждения кого-либо – будь

это деловой партнер или массовая аудитория, – имеет смысл сосредоточить внимание на коммуникативной стратегии убеждения.

Неоспоримыми являются универсальность и повсеместность использования коммуникативных стратегий, и в частности коммуникативной стратегии убеждения. При этом необходимо также отметить, что в различных видах дискурса наполнение понятия «коммуникативная стратегия» будет варьировать в зависимости от коммуникативных ситуаций, являющихся наиболее частотными для определенного вида дискурса. Именно в этом находит свое отражение, по нашему мнению, специфика реализации коммуникативных стратегий. В различных видах дискурса средства реализации коммуникативной стратегии убеждения варьируются в зависимости от степени «формализованности» того или иного вида дискурса. Например, в медицинском виде дискурса, в отличие от политического, практически отсутствует выразительный компонент. Более того, необходимость красиво построить свою речь в политическом дискурсе часто выдвигается на первый план и является решающей.

Особенно ярко коммуникативная стратегия убеждения проявляется в политическом дискурсе, так как именно в нем «сочетаются не только лингвистические характеристики речи и многие психологические особенности говорящего, но и элементы воздействия текста на (массового) реципиента» [Репина 2012, 18].

Политический дискурс представляет собой особый вид дискурса, который реализуется в сфере внутривнутриполитической и внешнеполитической деятельности, обладает высокой коммуникативной направленностью и определенной ориентацией на речевое воздействие. Лексико-синтаксическая специфика политического дискурса определяется высокой степенью ответственности, с одной стороны, и максимальной приближенностью к норме литературного языка – с другой.

Поскольку прагматической установкой в данном виде дискурса является борьба за власть, это определяет особенности коммуникативных

действий, основу которых составляет стремление воздействовать на реципиента.

Рассматривать любую коммуникативную стратегию следует сугубо индивидуально ввиду того, что комбинация таких определяющих факторов, как интенции коммуникатора, внешний и внутренний контекст ситуации и характеристика адресата, в каждом случае совершенно уникальна. Кроме того, эффективные стратегии, как правило, гибки, т. е. допускают возможность оперативной корректировки говорящим в зависимости от изменения условий ситуации либо получения от адресата сигналов о необходимости такой корректировки. Соответственно, методика оценки стратегии на предмет ее эффективности включает подробный анализ всех составляющих данного конкретного речевого акта.

В связи с этим необходимо подчеркнуть, что универсальных коммуникативных стратегий в чистом виде не существует. Планирование речи каждый раз осуществляется в особых условиях, любой элемент которых может оказать решающее влияние на конечный результат.

Таким образом, для осуществления своих намерений говорящий должен иметь представление о ситуации общения, адресат и хотя бы в минимальной степени прогнозировать свое поведение в предполагаемой ситуации. Это подводит нас к мысли о том, что планирование речевого поведения (т. е. выбора речевой стратегии и тактики) невозможно без того, что адресат учитывает (чаще интуитивно), соответствуют ли условия коммуникации успешному осуществлению задуманного речевого действия.

1.6 Манипулирование как стратегия политического дискурса

Политическое манипулирование - понятие, объемлющее все средства, вырабатывающие у человека устойчивые социально-политические представления и побуждающие его к той или иной политической деятельности (в основном - к поддержке одних фигур и неприятию других). Многие политологи считают, что политика и есть искусство манипулирования людьми.

Политическое манипулирование - это скрытое управление политическим сознанием и поведением людей с целью принудить их действовать или бездействовать в интересах манипуляторов, навязывание его воли в форме скрытого воздействия. Обычно понятию манипуляции придаётся негативный оттенок.

Для всякого манипулирования характерна некоторая закрытость и психологическое воздействие на сознание с целью формирования тех или иных убеждений или предпочтений.

Успех манипуляции гарантирован, когда реципиент верит, что всё происходящее естественно и неизбежно. Для этого требуется фальшивая действительность, в которой её присутствие не будет ощущаться.

Под манипуляцией следует понимать последовательно- и целенаправленно осуществляемое управление массовым сознанием (а через него, в результате, и поведением), обращённое преимущественно к иррациональной сфере восприятия, опирающееся на внушение и ставящее своей задачей предотвращение социальных конфликтов.

Цель политического манипулирования - получение, реализация и сохранение власти.

Успех невозможен без значительной общественной поддержки. Следовательно, цели манипуляторов сводятся к формированию у общества определённого мнения и побуждению их поддержать ту или иную точку зрения.

Стратегия получения власти требует решения таких тактических задач, как привлечение и удержание внимания, а также формирование благоприятного имиджа.

Политическое манипулирование предполагает следующие операции:

- внедрение в общественное сознание под видом объективной информации содержания желательного для некоторой заинтересованной группы;
- воздействие на болевые точки общественного сознания, возбуждающие страх, тревогу, ненависть и т.д.;
- реализация скрытых замыслов, для достижения которых необходима общественная поддержка.

Для успешного решения задач и достижения целей существуют средства политического манипулирования, которые называются политическими технологиями.

Средства политического манипулирования можно классифицировать по различным критериям. По способу воздействия их можно разделить на прямые и скрытые; по форме - на агитационные, экономические, административные и провокационные; по содержательной направленности - на рекламу и антирекламу; по уровню воздействия - межличностные, групповые и массовые и т.д.

Все средства политического манипулирования основываются на создании и внедрении в массовое сознание социальных мифов, т.е. идей, отвечающих интересам манипуляторов и принимаемых большинством на веру, без серьёзного осмысления.

Новые политические мифы создаются по точному плану, в соответствии с личной и социальной психологией людей и целями манипуляторов. Известный немецкий социолог Э. Фромм доказал, что политическое манипулирование лишает человека способности составить целостную картину мира, подменяет её абстрактной мозаикой из тенденциозно связанных между собой фактов.

1.7 Гармонизация и дисгармония политического дискурса

Для достижения взаимопонимания в глобальном дискурсе необходима его гармонизация: необходимо устранить или хотя бы уменьшить до безопасного уровня дисгармонию дискурса, связанную с различиями картин мира участников дискурса. Под дисгармонией дискурса мы понимаем неправильную, неоднозначную, неполную передачу информации и неадекватную, нежелательную или непредсказуемую эмоциональную реакцию на нее.

При этом под гармонизацией подразумевается знание и понимание объективных лингвокультурных различий, поиск компромиссов, поиск областей совпадения и различия в концептосферах, расширение областей совпадения и устранение когнитивных конфликтов.

Дисгармония политического дискурса может быть разделена на два вида: когнитивную дисгармонию, возникающую вследствие различий в когнитивных пространствах участников дискурса, при условии, что эти различия препятствуют взаимопониманию в дискурсе (отсутствие необходимых концептов, противоположность оценки концептов и эмоциональной реакции на их упоминание) и прагматически обусловленную дисгармонию, являющуюся следствием различий в политических интересах участников дискурса, приводящих к отсутствию у них стремления к взаимопониманию.

Дисгармония дискурса исследуется на примере политических эвфемизмов и дисфемизмов. Их выбор в качестве объекта наиболее детального исследования обусловлен тем, что:

- в эвфемизмах и дисфемизмах эмоционально-оценочный компонент выражен в наиболее явном виде;
- прагматическая обусловленность их употребления легко может быть выявлена при прагмалингвистическом анализе текста. В целенаправленном употреблении этой лексики наиболее ярко проявляется манипулятивный характер политического дискурса, особенно наглядно обнаруживаются

трудности, стоящие на пути глобальной гармонизации политического дискурса;

Выводы по главе 1

Лингвокультурный и когнитивный аспекты изучения политического дискурса охватывают и способны объяснить многочисленные нюансы создания текста, лингвистического и экстралингвистического характера; отражают динамичную природу языка, как особую естественную семиотическую систему по обработке, накоплению и передаче информации, и речевую деятельность отдельных носителей языка, направленную на обмен информацией.

Основными языковыми средствами газетного дискурса служат *клише, фразеологизмы, афоризмы*, представляющие ядро дискурсивной лексики и выражающие авторскую интенцию. Специфика синтаксиса газетного дискурса заключается в употреблении *параллелизма, эллипсиса, чередовании длины высказываний и характерных для данного стиля грамматических конструкций*.

В политическом дискурсе широко используются вариативные формы косвенной номинации: метафоры и риторические вопросы, усиливающие суггестивный эффект, а также эвфемистические замены, ссылки и цитирования, которые, могут способствовать снижению интенсивности высказывания, уходу от прямой оценки событий и снятию ответственности с говорящего.

Политическое манипулирование - понятие, объемлющее все средства, вырабатывающие у человека устойчивые социально-политические представления и побуждающие его к той или иной политической деятельности (в основном - к поддержке одних фигур и неприятию других). Многие политологи считают, что политика и есть искусство манипулирования людьми. Все средства политического манипулирования основываются на создании и внедрении в массовое сознание социальных

мифов, т.е. идей, отвечающих интересам манипуляторов и принимаемых большинством на веру, без серьёзного осмысления.

Для достижения взаимопонимания в глобальном дискурсе необходима его гармонизация: необходимо устранить или хотя бы уменьшить до безопасного уровня дисгармонию дискурса, связанную с различиями картин мира участников дискурса.

Можно отметить, что речевое поведение вариативно, т. е. решение конкретной коммуникативной задачи допускает несколько способов и во многом зависит от действия партнера по коммуникативной ситуации.

Задача речевого воздействия – изменить поведение или мнение собеседника или собеседников в необходимом говорящему направлении. Эффективность речевого взаимодействия и реализации коммуникативных стратегий предполагает планирование речевых действий для последовательного приближения к основной цели убеждения, которое в свою очередь основано на анализе информации, получаемой в ходе процесса коммуникации, учет которой позволяет контролировать адекватность интерпретации и определяет выбор речевых стратегий для достижения ближних и дальних целей общения на каждом этапе общения.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ТЕКСТОВЫХ СТРАТЕГИЙ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА НА ОСНОВЕ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

2.1. Лексические приемы в аналитических политических статьях англоязычного газетного дискурса

Лексические средства речевой манипуляции составляют самую широкую и часто употребляемую область инструментов речевой манипуляции.

Номинализация – превращение мотивирующей конструкции с глаголом в отглагольное имя. Номинализация - распространенное в политическом дискурсе средство обезличивания действия. В итоге посредством замены личных форм глаголов производными существительными происходит исчезновение субъекта.

«... *It is not a secret that Arab immigrants suffer **insult and abuse** ...*»

Здесь использование существительных *insult* и *abuse* (а не соответствующих им глаголов действия) позволяет автору умолчать о субъекте действия.

Широко востребованной в политическом дискурсе СМИ являются **метафора**

«... *The war of words continues...*»

Для называния информационной борьбы оппонентов используются семы, присущие войне в первичном значении.

Неологизмы также входят в группу лексических приемов. Эффект таких лексических единиц зависит от нескольких факторов: они передают более точное значение или, наоборот, маскируют его, но в любом случае, они всегда привлекают внимание читателя.

«...*The United States has made clear its opposition to Lebanon's **Hezbollah**, and has crystallized its support for Israel's anti-Hezbollah campaign...*»

В данном примере использование неологизма *Hezbollah* выражает критику автора в адрес ливанских властей, которые игнорируют террористическую деятельность группировки Хезболла.

В названии статьи «*Cheney **pans** Kerry's **goose***» используется фразеологизм *to pan sb's goose*, что означает «доставить неприятности» (*to get someone into serious trouble* [Longman]), но в то же время соотносится и с реальным гусем, о котором говорится во вступительном абзаце (*Kerry shot a goose during an early-morning hunt in Boardman, Ohio*). Таким образом автор статьи создаёт каламбур, в контексте которого поддерживаются оба значения выражения – прямое и фразеологическое.

Перифразы, которые одну цель - выделить некоторый аспект многогранного явления (лица, предмета, ситуации), сконцентрировать внимание на одной его черте. Перифраз позволяет заменять слова, фокусировать внимание на одной характеристике объекта, либо скрывать некоторые его стороны. Например, в следующем высказывании акцент делается на одной характеристике - Афганистан - страна, которую помогли освободить США.

«...*It is deeply troubling that a country we helped liberate would hold a person to account because they chose a particular religion over another,*» *Mr. Bush said. ...*»

Воздействие лексико-прагматических ИРМ основано, главным образом, на передаче отношения автора сообщения к объекту.

Такие лексические средства, как **дейктики** служат «для актуализации компонентов ситуации речи и компонентов денотативного высказывания» [ЛЭС 1990, 128]. Различные формы адресации часто используются как риторический прием - обращение к аудитории, и как прием демагогии - особенно использование местоимения «солидарности» «мы».

«*It's my country,*» *Fadhil said. «This is the place I was born, and I want to die here. I don't want to go outside. We - the students - we will change it. It's our duty».*

В данном высказывании взаимодействуют несколько дейктиков – I (я), *my* (мой), *we* (мы), *our* (наш), *here* (здесь). Главная роль отводится местоимению солидарности *we*, которое повторяется в пределах одного предложения и характеризуется обособленным уточнением *the students*. Таким образом, социальная группа студентов, к которой принадлежит субъект высказывания, представлена как единое целое, ей приписываются общие интенции.

2.2. Стилистические приемы в аналитических политических статьях англоязычного газетного дискурса.

Слова со стилистической коннотацией - лексические единицы, основное значение которых дополнено стилистической составляющей, характеризующей условия речи, сферу языковой деятельности, социальные отношения участников и т.п. Использование слов и выражений, принадлежащих книжному или разговорному пластам, на фоне преобладающей нейтральной лексики сообщения создают стилистический контраст и повышают экспрессивность текста. Помимо этого автор может добиться множества эффектов: иронии, даже сарказма, введения адресата в определенную среду, снижения значения явления и других.

«...*this week's festivities also provide an opportunity for an enormous schmooze-fest sponsored by interests...*»

Так, в этом примере используется неформальная лексика: *schmooze* – «сплетничать» ((*AmE.*) *to talk about unimportant things* [Longman]), *fest* является разговорным сокращением *festival*, праздник (a special occasion when people celebrate something such as a religious event, and there is often a public holiday [Longman]). Таким образом, значительно снижается значение описываемого события - инаугурации президента, достигается эффект сарказма.

Эвфемизмы представляют реальность в более благоприятном свете, часто имеют позитивную эмоциональную окраску, оказывая тем самым и эмоциональное воздействие. И.Р. Гальперин замечает, что цель политических эвфемизмов – замалчивать, вводить в заблуждение общественное мнение и выражать то, что неприятно, более мягким образом» [Гальперин 1981, 175]. Так, в следующем сообщении используется эвфемизм, который завуалировал действия в Ираке:

«...*McCain said he's learned much about the intelligence agencies and how they interact now and in the run-up to the Iraq operation for WMD proliferation prevention...*»

Таким образом, война в Ираке представлена как «операция по предотвращению распространения оружия массового поражения», что придает ей положительную окраску и часто используется в американских СМИ.

Противоположную цель преследуют *дисфемизмы*, основанные на подчеркивании некоего отрицательного признака, их цель – «сформировать восприятие объекта как подозрительного и нежелательного, квалифицировать его так, чтобы вызвать неприязнь, отвращение или ненависть» [Шейгал 2004, 179].

Называя программу по прослушиванию телефонов, автор использует дисфемизм, подчеркивающий враждебное отношение к населению страны: *domestic spying watch*, «внутренний шпионаж». Этот дисфемизм сталкивает два понятия - *domestic*, внутренний, относящийся к своей стране (*happening within a country and not involving any other countries* [Longman]), и *spying watch* «шпионаж», секретный сбор информации о враге (*to spy - to secretly collect information about an enemy country or an organization you are competing against* [Longman]).

2.3. Синтаксические приемы в аналитических политических статьях англоязычного газетного дискурса

Различные синтаксические средства - еще один ресурс манипулятивности политического дискурса СМИ. Эллиптические и параллельные конструкции, а также инверсия и обособление - самые распространенные воздействующие средства. Так, *эллиптический язык* (с пропуском некоторых элементов высказывания) заставляет читателя самого заканчивать или дополнять предложения, и он в некоторой степени становится соавтором дискурса, принимая, таким образом, точку зрения реального автора.

Параллелизм - соединение двух и более сочиненных предложений (или частей их) путем строгого соответствия их структуры - грамматической и семантической [ЛЭС 1990, 416].

«...*Corporate tax loopholes? Gone "in a nanosecond," says Kerry. The new overtime regulations? Reversed on Day One, says running mate John Edwards...*»

В данном отрывке оказываются задействованными несколько инструментов речевой манипуляции. Во-первых, это – эллиптические конструкции: *Corporate tax loopholes?, Gone "in a nanosecond", The new overtime regulations? Reversed on Day One*, которые не только создают живой разговорный поток речи, но и заставляют читателя достраивать фразы, а также задают особый ритм и темп высказывания. Во-вторых, параллельные конструкции: *Gone "in a nanosecond," says Kerry, Reversed on Day One, says running mate John Edwards*, а также эллиптические вопросы, упомянутые выше. Как известно, «эллипсис придает тексту динамичность, большую выразительность, усиливает его экспрессивность» [ЛЭС 1990, 592]. Это же можно сказать и о параллельных конструкциях, которые к тому же акцентируют внимание читателя на определенных элементах высказывания.

Инверсия выполняет эмфатическую функцию.

«... *Ahead the Iranians move. And the situation is changing daily.*»

Необычный порядок слов позволяет выделять ту часть предложения, которую автор считает наиболее важной или информативной [ЛЭС 1990,391-400]. Наречие *ahead* представлено в начальной позиции, хотя обычно следует за глаголом (*to move ahead*), тем самым акцент делается на поступательности и динамичности движения.

Риторический вопрос популярен в целях манипуляции в СМИ. Они не предполагают ответа, а выступают в роли скрытого утверждения. Вопросительная форма удобна для «намекающих» высказываний: *It is a strange irony: John McCain as the last Bush Republican?* В данном случае предположение *John McCain as the last Bush Republican?* не является вопросительным предложением в обычном понимании, оно имеет лишь формальный признак - вопросительный знак. Его цель - выразить насмешку.

Выводы по главе 2

В качестве инструментов речевой манипуляции в англоязычных политических статьях используются разнообразные лингвистические средства, в основном во взаимодействии.

Самый широкий пласт речевых средств манипуляции представлен на лексическом уровне. В частности широко используется метафора и перифраза.

Также на стилистическом уровне особое место занимают эфемизмы. Их основная цель - замаскировать существа обозначаемого понятия, хотя и «смягчающая» цель у них присутствует в определенной степени.

Но важно отметить, что различные языковые средства вступают во взаимодействие друг с другом, чтобы добиться более эффективного воздействия на читателя.

Речевая манипуляция в рамках англоязычного газетного политического дискурса – явление достаточно многомерное. Достигать одну и его главных задач, управление общественным мнением, ей позволяют такие свойства, как целенаправленность и ориентированность на массового адресата, а также скрытость: речевая манипуляция не раскрывает своей установки на воздействие, и от того зависит ее эффективность. Изучение механизма манипулирования с помощью лингвистических средств помогает избежать психотехнического эффекта речевой манипуляции, или, как пишут современные лингвисты, речевой демагогии, речевой агрессии или даже речевого насилия.

ГЛАВА 3. АНАЛИЗ ТЕКСТОВЫХ СТРАТЕГИЙ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА НА ОСНОВЕ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

3.1 Лексические приемы в аналитических политических статьях русскоязычной газетной прессы.

Лексические средства весьма распространены в русскоязычных политических статьях.

Метафора являются неотъемлемой частью выражения точки зрения автора на происходящие события.

«...А надежда на перемены связывается с ликвидацией политической монополии *партии, присосавшейся к власти* – «Единой России».

Здесь мы сталкиваемся с зооморфным образом. В данном примере партия «Единая Россия» предстаёт как «присосавшаяся» к власти. Присасываются обычно паразиты, становясь нахлебниками, используя результаты чужого труда в своих целях. Автор как бы намекает на то, что партия «Единая Россия» использует власть с целью извлечения личной пользы.

Неологизмы, в русскоязычных статьях как явление, используемое для привлечения внимания читателей, а также для придания речи более разговорного неформального стиля.

«...административный ресурс» кроме «*медведей*» есть, пожалуй, только у «справедливороссов»...»

Слово «медведь» получило новое значение в связи с тем, что животное стало символом партии «Единая Россия»; ее члены стали называться медведями.

Перифраза становится незаменимой в политическом дискурсе: она удобна при «навешивании ярлыков», формировании оценочного отношения к тому или иному политику или государству.

«...В ответ *национальный лидер* пообещал соотечественникам всестороннюю поддержку...»

«...*Политик от Бога* чувствует настроение людей, как свойственно голове чувствовать потребности любой части тела...»

Их цель – создать позитивный, благоприятный, а порой приукрашенный образ обозначаемого объекта.

3.2 Стилистические приемы в аналитических политических статьях русскоязычного газетного дискурса

Эвфемизмы представляют реальность в более благоприятном свете, часто имеют позитивную эмоциональную окраску, оказывая тем самым и эмоциональное воздействие. И.Р. Гальперин замечает, что цель политических эвфемизмов – замалчивать, вводить в заблуждение общественное мнение и выражать то, что неприятно, более мягким образом» [Galperin 1981, 175].

*«...Глава Ингушетии Юнус-Бек Евкуров заявил, что **все террористы в республике будут обезврежены**...»*

Эвфемизм «обезвредить» в данном случае используется вместо слова «убить». Негативный смысл пропадает лексемой, вызывающей ассоциации с чем-то положительным; подразумевается действие, которое помогло бы избежать вреда, как в словосочетании «обезвредить бомбу».

*«...Украина призывает страны G20 предоставить Киеву дополнительную помощь, с тем чтобы обеспечить рост украинской экономики, а также восстановить инфраструктуру и преодолеть последствия **конфликта** на востоке страны...»*

«Конфликт» вместо «война».

*«...Впоследствии несколько человек, участвовавших в акции, избili двух парней **неславянской национальности**, один из которых скончался...»*

«Неславянской наружности» вместо «кавказцы».

*«...США решили ввести **санкции** в отношении российских политиков, а страны Евросоюза договорились о введении санкций в отношении российских и украинских официальных лиц...».*

Эвфемизм «санкция» обладает диффузной семантикой и может обозначать как штраф, увольнение с работы, казнь человека, так и принудительную меру или ограничение, применяемое государством к государству. Благодаря своему размытому значению, данный эвфемизм смягчает негативный денотат.

«...Путин заявил о нежелании России терпеть **однополярный мир**...»
«Однополярный мир» вместо «диктат США».

Для современного газетно-публицистического дискурса характерно намеренное «огрубление» речи за счет концентрации **дисфемизмов**.

«Украинские СМИ захлёбываются в волне возмущения - «придушили свободу слова»

Стремясь показать крайнюю степень обеспокоенности украинских журналистов, использовано эмоционально-окрашенное выражение с негативным оттенком «захлебываются в волне возмущения» вместо нейтрального «возмущены».

Нередко дисфемизация реализуется за счет слов с «осуждающей» семантикой, относящихся к сфере литературного употребления, таких как обманывать, воровать, красть, мухлеж, вранье, прохиндеи, жулики, воры.

«Главное - выдавать *враньё* непрерывным потоком» .

Использование дисфемизма «враньё» позволяет журналистам расставить акценты в тексте за счет преобладания негативных коннотаций, а также одновременно воздействовать как на рациональную, так и эмоциональную сферу читателя.

Итак, особым видом эвфемизмов являются политические эвфемизмы, затрагивающие определенные сферы деятельности человека. Основной целью политических эвфемизмов является камуфлирование существа

обозначаемого понятия, хотя и «смягчающая» цель у них присутствует в определенной степени. Рассмотрев примеры из российской прессы совсем недавнего периода, можно утверждать, что политические эвфемизмы встречаются довольно часто и являются весьма актуальными и продуктивными в современной политической коммуникации.

В зависимости от цели, преследуемой журналистом, редакцией, выбираются соответствующие языковые ресурсы дисфемизации.

3.3 Синтаксические приемы в аналитических политических статьях англоязычной газетной прессы.

Риторический вопрос одно из самых распространенных явлений для русскоязычного политического дискурса. Скрытое убеждение в нем особенно ярко отвечает целям манипуляции.

«...Мы хотим нормального сотрудничества, уважительного отношения к нам, к нашим интересам. Это разве много? Нас хотят запугать?...»

В. В. Путин в экспрессивно-вопросительной форме высказываются суждения: «мы (Россия) хотим уважения наших национальных интересов», «мы не боимся никого

Эллипсис позволяет читателю самому стать участником дискурса, мысленно дополняя суждения автора:

«Мы все время думаем, что используем их. А выходит всегда, что они – нас»

Инверсия не является отличительной чертой русскоязычного политического дискурса.

«Заграницы нам ваши не нужны. У нас и своих курортов хватает».

Использование инверсии в данном случае обосновано желанием выделить наиболее существенное слово и показать свое отношение к сложившейся ситуации.

Речевая манипуляция в рамках политического дискурса СМИ - многомерное явление. Достигать одну из главных задач политического дискурса СМИ, управление общественным мнением, ей позволяют такие свойства, как целенаправленность и ориентированность на массового адресата, а также скрытость: речевая манипуляция не раскрывает своей установки на воздействие, и от того зависит ее эффективность. Изучение

механизма манипулирования с помощью лингвистических средств помогает избежать, как пишут современные лингвисты, речевой демагогии, речевой агрессии или даже речевого насилия.

Выводы по главе 3

В русскоязычных политических статьях речевые манипуляции достигаются посредством различных лингвистических средств.

Лексические языковые средства составляют большую часть всех средств выразительности. Преимущественно употребительны метафоры и перифразы. Они удобны при «навешивании ярлыков», формировании оценочного отношения к тому или иному политику или государству.

Рассматривая стилистический уровень необходимо отметить эвфемизмы и дисфемизмы.

Рассмотрев примеры из российской прессы, можно утверждать, что политические эвфемизмы встречаются довольно часто и являются весьма актуальными и продуктивными в современной политической коммуникации. Дисфемизмы в свою очередь подчеркивают негативное отношение автора, желающего повлиять тем самым на точку зрения читателя.

На синтаксическом уровне особую роль также играет риторический вопрос. Он заставляет слушателя додумать и сформулировать для себя то, что не договорено до конца. При этом на подсознательном уровне внимание адресата будет привлечено к интенции, которая в данный момент находится в центре внимания автора. В этом прослеживается очевидное влияние на эмоциональное отношение адресата.

Необходимо отметить, что в основном различные языковые средства используются во взаимодействии друг с другом, чтобы добиться более эффективного воздействия на читателя.

Речевая манипуляция в рамках русскоязычного газетного политического дискурса – явление достаточно многомерное. Достигать одну и его главных задач, управление общественным мнением, ей позволяют такие свойства, как целенаправленность и ориентированность на массового

адресата, а также скрытость: речевая манипуляция не раскрывает своей установки на воздействие, и от того зависит ее эффективность. Изучение механизма манипулирования с помощью лингвистических средств помогает избежать психотехнического эффекта речевой манипуляции, или, как пишут современные лингвисты, речевой демагогии, речевой агрессии или даже речевого насилия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью данной диссертационной работы являлось определение роли текстовых стратегий в достижении понимания и согласия между адресантом и адресатом в текстах СМИ, в частности в аналитических политических статьях русскоязычной и англоязычной газетной прессы.

За основную стратегию была принята стратегия манипулирования.

Как в русском, так и в английском языке данная стратегия достигается путем использования различных средств выразительности.

В обоих языках лексические языковые средства занимают преобладающее большинство. В частности, это метафора и перефраз. Они удобны при «навешивании ярлыков», формировании оценочного отношения к тому или иному политику или государству.

На стилистическом уровне также наблюдается сходство. Эвфемизмы и дисфемизмы одинаково часто употребляются как в русских, так и в английских политических статьях, выполняя в обоих случаях одинаковые роли.

Эвфемизмы отвлекают внимание реципиента от запретного «табуированного» понятия.

При помощи дисфемизмы автор навязывает читателю заведомо негативное отношение к какому-либо объекту или субъекту.

На синтаксическом уровне наблюдается явное отличие. Риторический вопрос используется значительно чаще в русскоязычных политических статьях, чем в английских.

При помощи риторического вопроса адресант подталкивает адресата додумать и сформулировать для себя то, что не договорено до конца. При этом на подсознательном уровне его внимание будет привлечено к интенции, которая в данный момент находится в центре внимания автора. В этом прослеживается очевидное влияние на эмоциональное отношение адресата.

Достичь гармонизации при явлении речевой манипуляции возможно при правильно выбранной тактике, нацеленной на конкретную аудиторию. Но при этом необходимо отметить, что консенсус будет достигнут не путем компромисса между реципиентом и коммуникатором, а путем внушения и навязывания со стороны последнего.

Речевая манипуляция в рамках англоязычного газетного политического дискурса – явление достаточно многомерное. Достигать одну из его главных задач, управление общественным мнением, ей позволяют такие свойства, как целенаправленность и ориентированность на массового адресата, а также скрытость: речевая манипуляция не раскрывает своей установки на воздействие, и от того зависит ее эффективность. Изучение механизма манипулирования с помощью лингвистических средств помогает избежать, речевой демагогии, речевой агрессии или даже речевого насилия.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Баранов А.Н. Лингвистическая экспертиза текста: теория и практика: учебное пособие. М.: Флинта: Наука, 2009. 592 с.
2. Баженова И.С. Эмоции, прагматика, текст: Монография. М.: Изд-во «Менеджер», 2003. – 392 с.
3. Борисова И.Н. Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге. // Русская разговорная речь. Подред. Т.В. Матвеевой. Екатеринбург: АРГО, 1996. – С. 21-48.
4. Верещагин, Е. М. Язык и культура. Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров. –4-е изд. – М., 1990.
5. Водак Р. Специальный язык и жаргон: О типе текста «Партийная программа» // Язык. Дискурс. Политика. Волгоград, 1998.
6. Гаврилова М.В. Лингвистический анализ политического дискурса. - 2002 [Электронный ресурс].
7. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. 36. 312 с.
8. Дементьев В.Н. Непрямая коммуникация. М.: Гнозис, 2006. 376 с.
9. Демьянков В.З. Политический дискурс как предмет политологической филологии. // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. М.: ИНИОН РАН, 2002. № 3. – С. 32-43.
10. Иссерс О. С. Речевое воздействие. –М. : Флинта : Наука, 2011. –224 с.
11. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М. : УРСС, 2003. –284 с.
12. Карасик В.И. Структура институционального дискурса // Проблемы речевой коммуникации. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2000.
13. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. - М. : Гнозис, 2004. - С. 281.

14. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность DOC. М.: Издательство ЛКИ, 2010. ... Монография. Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
15. Куек Ф.А. Языковые средства газетного дискурса: лексико-семантический и прагматический аспект // Автореферат. – Краснодар. – 2005г.
16. Калинин К. Е. Коммуникативные стратегии убеждения в англоязычном политическом дискурсе: дис. канд. филол. наук. –Н. Новгород, 2009. – 187 с.
17. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М.: Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
18. Лингвистический Энциклопедический Словарь. Гл. ред. В.Н. Ярцева. М.: «Советская энциклопедия», 1990. – 688 с.
19. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. М.: Языки русской культуры, 1996. – 464 с.
20. Луканина, М.В. Газетный текст через призму теории коммуникаций / М. В. Луканина // Вестник Московского университета. Серия 19. – 2003. – № 2.
21. Маклакова Е. А. О понятии лингвокультурологической специфики значения слова // Текст. Дискурс. Картина мира. — Воронеж, 2011. — Вып. 7. — С. 6.
22. Маслова В.А. Введение в когнитивную лингвистику. М.: Флинта, 2004. – 293 с.
23. Михалева О.Л. Политический дискурс: специфика манипулятивного воздействия. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 256 с.
24. Олешков М.Ю. Моделирование коммуникативного процесса: Монография. Нижний Тагил, 2006. – 336с.
25. Паршин П.Б. Лингвистические методы в концептуальной реконструкции // Системные исследования – 1986. М., – 1987.

26. Подред. А.П. Сквородникова. Красноярск, Изд-во Сибирского федерального ун-та, 2012. – С. 551-553.
27. Репин а Е. А. Политический текст: психолингвистический анализ воздействия на электорат. –М. : ИНФРА-М, 2012. –91 с.
28. Седов, К.Ф. Жанр и коммуникативная компетенция / К.Ф. Седов // Хорошая речь (глава 4, раздел 4.1). - Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2001. - С.17-18.
29. Сквородникова А.П. Речевое воздействие. // Эффективно речевое общение (базовые компетенции) словарь-справочник.
30. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. –Воронеж: КО, 2001. – 227 с.
31. Столнейкер Р.С. Прагматика. // Новое в зарубежной лингвистике. Лингвистическая прагматика. Под ред. Е.В.
32. Сулова А.Ю. Лингвистические технологии власти в политическом дискурсе. // Лингвистика дискурса– 2: Вестник ИГЛУ. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация[текст]». Под ред. С.Н. Плотниковой. Иркутск: ИГЛУ, 2006. – С. 98-104.
33. Талл У. Семантика и употребление единиц семантического поля гость в русском языке: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. — Воронеж, 2011. — 19 с.
34. Токарева, И.И. Функциональная структура газетного текста [Текст] /И.И. Токарева // Лингвистические единицы разных уровней в языке и речи. – Краснодар, 1988.
35. Чернявская В.Е. Дискурс как объект лингвистических исследований // Текст и дискурс: Проблемы экономического дискурса. СПб., 2001. – 254с.
36. Чудинов А.П. политическая лингвистика. Учебное пособие. М.: Флинта: Наука, 2007. – 256 с.

37. Шапочкин Д.В. ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС: КОГНИТИВНЫЙ АСПЕКТ: монография. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2012. 260 с.
38. Шестакова И.Г. К вопросу изучения семантико-стилистической категории «акцентности». // Семантика и прагматика текста. Межвузовский сборник научных трудов. Барнаул, 1991. – С. 31-35.
39. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал. - Волгоград: Перемена, 2000. - 386 с.
40. http://web.archive.org/web/20070812072835/http://www.riksforeningenpsykoterapicentrum.se/pdf-doc/mbt_training_jan06.pdf (ментализация)
41. Юдина Т.В. Теория общественно-политической речи. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2001. – 158 с.

ИСТОЧНИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

42. Фронин В. Российская газета. М.: Изд-во ФГБУ «Редакция Российской газеты» 2013 – 45с.
43. Оганесян А. Известия. М.: Изд-во ООО «Айньюс» 2012-64с.
44. Гусев П. Московский комсомолец. М.: Изд-во МК и МГК ВЛКСМ 2015-23с.
45. Зятыков Н. И. Аргументы и факты. М.: Изд-во ЗАО «Аргументы и факты» 2014-15с.
46. Ремчуков К. Независимая газета. М: Изд-во «Независимая газета» 2013-35с.
47. Harding J. The Times. News Corporation 2013-22с.
48. Malholland J. Observer. Guardian Media Group. 2014-45с.
49. Witherow J. The Sunday Times. News International. 2013-16с.
50. Backet D. The New York Times. New York Times company 2012 – 34с.
51. Woles R. Daily mirror. Trinity Mirror. 2013-44с.
52. Rasbridger A. Guardian. Guardian Media Group. 2015-21с.