

ФИЛОЛОГИЯ*(шифр научной специальности: 10.02.19)*

УДК 81

Р.П. Аведова, С.В. Максимец*Донской государственный**технический университет**г. Ростов-на-Дону, Россия**avedovarp@yandex.ru***ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ИСКАЖЕНИЯ
ИНФОРМАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ
(НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО
И ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКОВ)*****[Renata P. Avedova, Sergey V. Maksimets*****Linguistic means of information distortion in political discourse
(based on English and French languages)]**

It has been studied the actual problem of manipulative influence methods in modern political reality conditions which are used in mass media to form the needed world conception in the mind of the recipient. The material of the study is the number of texts of Russian and foreign newspapers where such information distortion methods are used which let effectively influence the intended recipient. The creation particularity of manipulative space in the mass media texts via different linguistic methods of reality distortion is examined. The relevance of the work is determined by the necessity of the complex study conduction of information distortion means in political discourse and by the necessity of highlighting new influence tools which were not added previously in the list of methods of information distortion. In the paper the general scientific methods of description, generalization, as well as discursive, contextual analysis and content analysis of mass media texts were used.

Key words: manipulation, political discourse, distortion of information, euphemism, dysphemism, label.

Одной из основных характеристик политического дискурса является стремление адресанта навязать реципиенту определенную точку зрения, сформировать определенную концепцию мира, взгляд на существующие реалии и значимые события. Для реализации данной задачи средства массовой информации прибегают к разнообразным приемам манипулятивного воздействия. Одним из таких приемов является искажение информа-

ции действительности. Необходим анализ специфики создания манипулятивного пространства в текстах СМИ посредством различных языковых приемов искажения информации, что обусловлено отсутствием системного подхода и развернутой концепции, позволившей бы выделить новые инструменты воздействия, ранее не классифицируемые в качестве искажающих информацию приемов.

На основании анализа отечественной и зарубежной прессы посредством метода сплошной выборки выявлены наиболее распространенные языковые приемы искажения информации, среди которых мы выделяем: эвфемизмы, дисфемизмы, приписывание ярлыков, использование категории «свой-чужой», при помощи чего адресант формирует то или иное отношение к сообщению, вызывая одобрение или же неприятие того или иного события или лица. Манипулятивный потенциал эвфемизации слов проявляется в способности данного лингвистического средства менять отношение адресата к событию за счет подмены понятия более нейтральным или наделения слова с изначально отрицательным значением положительной коннотацией [4]. В результате у адресата возникает положительная ассоциация при восприятии объекта речи. Таким образом, эвфемизмы помогают сместить фокус внимания с негативной стороны явления на нейтральную, создавая в сознании адресата действительность, отличную от реальной.

Сфера употребления эвфемизмов в политическом дискурсе весьма широка. Средства массовой информации прибегают к данному инструменту воздействия при обращении к темам межгосударственных отношений, внутренней и внешней политики, военных тайн, производства оружия, при описании дипломатических лиц и т.д. [1].

Типичным примером эвфемизации в политическом дискурсе является подмена понятия «война» более нейтральным вариантом «конфликт». Например, в зарубежной прессе в сообщениях о гражданской войне в Сирии применяются словосочетания «Syrian civil war (англ.) (досл.: Сирийская гражданская война)» и «la guerre civile en Syrie (франц.) (досл.: гражданская война в Сирии)», в то время как в отечественных средствах массовой информации данная реалья переводится как «конфликт в Сирии», что имеет более обобщенное, нейтральное значение и воспринимается с меньшей степенью обеспокоенности и трагизма. Лексические единицы «war/guerre (досл.:

война)» в общественном сознании ассоциируются с гибелью людей, жертвами и потерями, в то время как слово «конфликт» связывается в нашем сознании с разногласиями сторон, отсутствием единого взгляда, но не ассоциируется с трагическими последствиями.

Природа образования эвфемизмов разнообразна. Кроме непосредственной подмены понятий с отрицательной коннотацией единицами с более нейтральным ядром, в манипулятивном дискурсе часто используются разного рода эвфемистические замены посредством метафоризации понятий, метонимии, перифраз и т.п. Распространенное явление – замена единиц родного языка аналогичными по семантическому составу, но воспринимаемыми менее категорично эквивалентами иностранного языка, нивелирующими истинное значение слова. Данный феномен проявляется очевидным образом в случае замены лексической единицы «убийца» эквивалентом «киллер», который настолько вошел в обиход, что воспринимается как профессия и не вызывает категоричного неприятия.

На основании анализа интенциональной направленности эвфемизмов можно выделить два вида эвфемизации – стилистическую и смягчающую. К первой из них адресант прибегает с целью создания эмоционально-экспрессивного эффекта воздействия. В отношении смягчающих эвфемизмов была выявлена направленность последних на то, чтобы вуалировать истинное значение лексической единицы. В манипулятивном пространстве, в котором основная задача отправителя сообщения состоит в искажении действительности, наиболее частотным инструментом выступают эвфемизмы, выполняющие смягчающую функцию.

Дисфемизация представляет собой противоположное эвфемизации явление и реализуется в намеренном использовании грубых, вульгарных слов, слов с негативной коннотацией в случаях, когда возможно употребление более нейтральных эквивалентов. Цель дисфемизации заключается в создании такого образа явления, который бы воспринимался адресатом как подозрительный, не внушающий доверия, вызывал бы неприятие и отвращение.

Использование дисфемизмов как средства манипулятивного воздействия можно встретить в статьях, затрагивающих острые социальные проблемы и вызывающих большой общественный резонанс. Например, в зарубежных источниках часто используются термины «immigrant slavery (англ.) (досл.: им-

мигрантское рабство)» и «*esclavage d'immigrants* (франц.) (досл.: рабство иммигрантов)», применяемые по отношению к иммигрантам, работающим в условиях антисанитарии, нелегально, без социальной защиты и часто удерживаемым насильно. Словосочетания «*immigrant slavery/esclavage d'immigrants*» направлены на то, чтобы вызвать у реципиента реакцию сочувствия и возмущения. Однако весьма интересен перевод данной реалии в отечественных СМИ, где в словосочетании «рабство иммигрантов» опускается вызывающее резко негативное отношение слово «рабство» и заменяется нейтральной лексемой «иммигранты», что обусловлено необходимостью скрыть характер происходящих явлений.

В политическом дискурсе употребление дисфемизмов также может объясняться необходимостью дискредитации. Данная функция реализуется посредством стратегий обвинения, оскорбления, осмеяния. Например, британская газета «*Guardian*», освещая положение дел в правительстве, с насмешкой называет лейбористскую партию сектой, подрывая доверие общественности к авторитету либералов: «*Labour really has become such a... sect that its members truly believe that the key to Britain's problems is to get rid of Blair*» (англ.) (перевод: *Лейбористская партия настолько стала ... сектой, что ее члены по-настоящему верят в тот факт, что ключ к решению проблем Великобритании кроется в избавлении от Блэра*) [9].

Создание манипулятивного пространства может осуществляться посредством апеллирования к категории «свой-чужой» [2]. Мысль о причастности/непричастности к включенности в категорию «свой»/«чужой» моделирует у адресата определенное восприятие информации, лица или события, формируя положительное или отрицательное отношение к ней. Данная категория позволяет оказывать влияние на предпочтения, взгляды, установки адресата и часто используется в средствах массовой информации при выборе тактик, стратегий подачи информации.

Лингвистически категория «свой-чужой» передается посредством местоимений «*our/notre* (англ./франц.) (досл.: наш)», «*their/leur* (англ./франц.) (досл.: их)», «*we/nous* (англ./франц.) (досл.: мы)», «*they/ils* (англ./франц.) (досл.: они)» и т.д. Местоимения «*our/notre*», «*we/nous*» формируют в сознании реципиента ощущение причастности, симпатии, единения, в то время как «*their/leur*», «*they/ils*» вызывают ощущение чуждости и воспринимаются отрицательно.

Для достижения большей эффективности манипулятивного воздействия предпочтительной формой местоимений является форма множественного числа, порождающая в сознании реципиента мысль о многочисленности, общности и единстве, что также весьма важно для создания пространства «свой-чужой».

Кроме местоимений, данная категория может передаваться словами с семантикой «свой/чужой», например, «external/extérieur (англ./франц.) (досл.: внешний)», «internal/intérieur (англ./франц.) (досл.: внутренний)», «enemy/ennemi (англ./франц.) (досл.: враг)», «ally/allié (англ./франц.) (досл.: союзник)», «hostile/hostile (англ./франц.) (досл.: враждебный)» и т.д. Следует отметить семантические корреляции близких по значению, но являющихся источником противоположных ассоциаций лексем, которые зачастую сопровождаются местоимениями категории «свой/чужой»: «our intelligence officer/notre officier du renseignement (англ./франц.) (досл.: наш офицер разведки)» – «their spy/leur agent secret (англ./франц.) (досл.: их шпион)», «our confidence/notre assurance (англ./франц.) (досл.: наша уверенность)» – «their fanaticism/leur fanatisme (англ./франц.) (досл.: их фанатизм)».

Еще одним лингвистическим приемом искажения информации является приписывание ярлыков. Ярлыки представляют собой эмоционально окрашенную характеристику явления, лица или события и имеют неаргументированный, необъективный характер [3]. В большинстве случаев ярлык содержит негативную коннотацию и употребляется адресантом с целью создания отрицательного эмоционального посыла, имеющего целью дискредитировать, сформировать предубеждение, триггер, вызывающий чувство неприятия. А.П. Сковородников определяет понятие «ярлык» как «до предела линейно свернутый негативный миф» [5]. Данное определение представляется вполне справедливым, так как в основе ярлыков нет подкрепленного фактами объективного анализа. Ярлыки способствуют формированию и закреплению в подсознании реципиента искаженных представлений о действительности, ибо они транслируют только ту информацию, которая выгодна субъекту воздействия.

Реализация данного приема осуществляется посредством обращения к существительным, прилагательным и другим частям речи, обозначающим осуждаемые общественностью действия, личностные качества, а также посредством использования слов с оценочными суффиксами. Выбор ярлыков определяется идеологической направленностью позиции автора и создает собира-

тельный образ конкретного лица или группы лиц. Экспрессивность ярлыков препятствует объективному восприятию информации, что способствует реализации манипулятивных намерений.

В политическом дискурсе ярлыки часто встречаются при формировании образа политических лиц, глав государств. Проанализировав образ Дональда Трампа в современных СМИ, можно выявить определенные характеристики, присущие президенту США. Одним из типичных ярлыков, применяемых по отношению к главе Соединенных Штатов Америки, является образ комика и шута. В статье “The New Yorker” от 7 июля 2016 г. автор Джон Кэссиди называет Дональда Трампа “a silent-movie comic”, сравнивая его с комиком немом кино [6]. Автор предлагает данный образ не только по причине комичной манеры президента, но и по причине сопутствующего немому кино представления о герое, приносящем бедствия, формируя в сознании читателей соответствующее отношение неуверенности и недоверия к главе государства и его политике.

Еще один ярлык, приписываемый Дональду Трампу, – это ярлык лжеца. В оппозиционной прессе часто можно встретить высказывания, направленные на подрыв доверия к президенту. Например, Тони Шварц определяет Дональда Трампа как лицо «патологически незнакомое с сутью правды» (*pathologically unfamiliar with the notion of truth*) [8].

В контексте приписываемых политическим фигурам ярлыков следует указать на характеристику французского президента Эммануэля Макрона в прессе левых политических сил. Франсуа Олланд в своем недавнем интервью отозвался о нынешнем президенте Франции как о «пассивном» в паре с Дональдом Трампом: «il a décrit Macron comme «passif» dans le couple que celui-ci a formé ces derniers jours avec Trump (перевод: он описал Макрона как «пассивного» в паре, которую тот сформировал с Трампом за последние дни)» [7]. Это свидетельствует о формировании определенных политических отношений между двумя государствами, главами которых являются Макрон и Трамп.

Подобные ярлыки являются типичными для характеристики глав государств и политиков. Проявление лжи, обмана, недоверия, смехотворности активно отражается в СМИ, так как это всегда порождает негативную реакцию читателей, скептически относящихся к политической элите.

Подводя итог, следует заключить, что в политическом дискурсе активно используются различные средства искажения информации. Все они в большинстве

своим направлены на формирование определенной картины действительности, соответствующей убеждениям адресанта и отвечающей его манипулятивным намерениям. Целью воздействия может быть как создание отрицательного эмоционального заряда, так и формирование позитивного образа явлений, событий, лиц. Ассоциации, порождающиеся рассмотренными средствами, направлены на то, чтобы адресат сделал стимулирующиеся адресантом выводы.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. *Анненкова И.В.* Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ. М.: Изд-во Московского университета. Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2011.
2. *Балашова Л.В.* Реализация концептов «свой-чужой» в российском политическом дискурсе начала XXI века // Политическая лингвистика. 2014. № 1 (47).
3. *Виноградова С.А.* Инструменты речевой манипуляции в политическом медиадискурсе // Вопросы когнитивной лингвистики. 2010. № 2.
4. *Добросклонская Т.Н.* Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2006. № 2.
5. *Сковородников А.П.* Экология русского языка. Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2016.
6. Comment is free [Электронный ресурс]. URL: <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2009/nov/26> (дата обращения 15.06.2017).
7. Mais à quoi joue François Hollande? [Электронный ресурс]. URL: http://www.liberation.fr/politiques/2018/04/26/mais-a-quoi-joue-francois-hollande_1646063 (дата обращения 26.04.2018).
8. *Remnick D.* Introducing a New Series: Trump and the Truth [Электронный ресурс] // The New Yorker. URL: <https://www.newyorker.com/news/news-desk/introducing-a-new-series-trump-and-the-truth> (дата обращения 12.06.2017).
9. *Tallman Douglas.* What the Senate cuts, the governor adds [Электронный ресурс]. URL: http://ww2.gazette.net/stories/031706/polia%20s194214_31951.shtml (дата обращения 18.06.2017).

R E F E R E N C E S

1. *Annenkova I.V.* Media Discourse of the 21st Century. The linguistic-philosophical aspect of the language of the media. M.: Moscow University. Faculty of Journalism, Moscow State University named after M.V. Lomonosov, 2011.
2. *Balashova L.V.* Realization of concepts of "own-the other" in the Russian political discourse of the beginning of the XXI century // *Political Linguistics*. 2014. No 1 (47).
3. *Vinogradova S.A.* Instruments of speech manipulation in the political media discourse // *Questions of Cognitive Linguistics*. 2010. No 2.
4. *Dobrosklonskaya T.N.* Media Discourse as an Object of Linguistics and Intercultural Communication // *Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism*. 2006. No 2.
5. *Skovorodnikov A.P.* Ecology of the Russian language. Krasnoyarsk: Siberian federal university, 2016.
6. Comment is free [Electronic resource]. URL: <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2009/nov/26> (access date 15.06.2017).
7. Mais à quoi joue François Hollande? [Electronic resource]. URL: http://www.liberation.fr/politiques/2018/04/26/mais-a-quoi-joue-francois-hollande_1646063 (access date 26.04.2018).
8. *Remnick D.* Introducing a New Series: Trump and the Truth [Electronic resource] // *The New Yorker*. URL: <https://www.newyorker.com/news/news-desk/introducing-a-new-series-trump-and-the-truth> (access date 12.06.2017).
9. *Tallman Douglas.* What the Senate cuts, the governor adds [Electronic resource]. URL: http://ww2.gazette.net/stories/031706/polia%20s194214_31951.shtml (access date 18.06.2017).

16 июля 2018 г.
