

**АКТУАЛИЗАЦИЯ ТАКТИКИ
МАНИПУЛЯЦИИ ЛЕКСИКОЙ
В МАССМЕДИЙНОМ
ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

Аннотация. Анализируется прием манипуляции лексикой, с помощью которого осуществляется создание необходимого образа политических лидеров или событий.

Ключевые слова: массмедиийный политический дискурс; информационная война; манипуляция лексикой.

Сведения об авторе: Геворгян Мариам Вардановна, ассистент кафедры иностранных языков.

Место работы: Кемеровский государственный университет.

Контактная информация: 650043, г. Кемерово, ул. Красная, 6, б корп., каб. 6219.

e-mail: mariamgevorgian@gmail.com.

Современные научные исследования все чаще становятся междисциплинарными. Это относится и к политической лингвистике. Политика настолько тесно связана со СМИ, что изучение языка СМИ невозможно без рассмотрения различных политических явлений. В настоящее время огромную роль играет отображение какого-либо политического лидера, события или шага в информационном пространстве. Главное место действия во всех политических событий — СМИ.

Язык политики влияет на язык в целом. По мнению Е. К. Павловой, это обусловлено следующими факторами:

«—процессом «информационизации» общества, в результате которого языковой материал, получаемый субъектом через СМИ, превалирует над всеми другими. Если раньше язык и речь в массе формировались в значительной степени художественной литературой, то сейчас на первом месте стоит язык печатных и электронных СМИ, который пока еще недостаточно изучен;

— возросшим интересом широких масс к вопросам внутренней и внешней политики в связи со значительными изменениями в мире в конце XX — начале XXI в.;

— постоянным совершенствованием методов речевого воздействия на эмоционально-оценочное восприятие субъектом политической действительности» [Павлова 2003: 60].

Именно исследования в области политической лингвистики дают возможность выявить новые тенденции, приемы, особенности, изменения, появляющиеся в языке в связи с различными событиями, явлениями, процессами мира политики.

Часто изучение СМИ проводится на базе анализа дискурса. Одним из самых распространенных дискурсов является массмедиийный политический дискурс. Данный вид дискурса «создается преимущественно профессиональными журналистами, но в нем так или иначе могут отражаться практики политиков и даже рядовых граждан» [Будаев, Чудинов 2006].

Анализ современного массмедиийного политического дискурса позволяет выявить тенденции, а

**ACTUALIZATION
OF LEXIS MANIPULATION TACTICS
IN MASS MEDIA
POLITICAL DISCOURSE**

Abstract. The given article concerns the lexis manipulation method, with the help of which necessary images of political leaders and events are created.

Key words: political Mass media discourse; information warfare; lexis manipulation.

About the author: Gevorgyan Mariam Vardanovna, Assistant Lecturer of the Chair of Foreign Languages.

Place of employment: Kemerovo State University.

также различные лингвистические феномены, которые возникают в информационном пространстве. Так, в последнее время все чаще во многих источниках встречается термин «информационная война», используемый в различных значениях, одно из которых подразумевает представление одних и тех же событий с полярных точек зрения. Например, «в зависимости от точки зрения на мировую политику одни и те же действия могут быть подведены либо под категорию проявлений сепаратизма, либо под категорию борьбы за национальное самоопределение. Кроме того, одна и та же ситуация может быть подведена под категории разной степени конкретности/обобщенности» [Кобозева 2008: 230].

Данное явление интересно исследовать в лингвистике, ведь для того чтобы представить то или иное событие в положительном либо отрицательном свете, необходимо умело использовать различные языковые средства. В. М. Кобозева пишет, что «категоризация предполагает лексический выбор для выражения мысли о некотором положении дел. Слово выступает при этом как средство активации в сознании адресата не просто отдельного понятия, а целостной системы представлений, частью которой это понятие является (семантического поля, фрейма, сценария, стереотипа)» [Кобозева 2008: 230].

Таким образом, информационная война осуществляется в СМИ с помощью различных средств, которые включают распространенные техники манипуляции, пропаганды, дезинформации и т. д., предполагающие особый подбор лексики для создания необходимого образа каких-либо явлений, фигур, событий. В данной статье рассматривается реализация вышеописанных техник информационной войны с помощью приема манипуляции лексикой.

В статье Е. В. Горбачева «Борьба за лексику» упоминается особая роль лексики в массмедиийном политическом дискурсе, ведь «политическая коммуникация характеризуется высокой частотностью употребления большого числа абстрактных ключевых слов, которые, как показывают иссле-

дования, весьма интуитивно и произвольно воспринимаются слушающими и имеют чрезвычайно широкий спектр значений» [Горбачев, цит. по: Шуманн 1987: 117]. Следовательно, СМИ тщательно подбирают лексические средства для номинации явлений либо политических фигур с целью создания необходимого образа, формирования стереотипа или ярлыка, поскольку «всегда есть разные способы сказать об одном и том же, и выбор никогда не бывает случайным» [Weiler, Barhett 1992: 4]. Одни авторы медиатекстов прибегают к ярким языковым приемам для достижения вышеописанных целей, а другие представляют информацию с помощью нейтральной лексики. Манипуляция лексикой — один из распространенных способов реализации целей языковой коммуникации в медиапространстве.

Рассмотрим подтверждающие это примеры из статей, посвященных предстоящим президентским выборам в России. Данная тема часто представляется в российских и зарубежных СМИ. Интрига заключается в том, кто будет следующим президентом: В. В. Путин или Д. А. Медведев. Выборы обсуждаются во многих источниках, но политические лидеры по-разному номинируются в каждом медиатексте.

В. В. Путина в различных зарубежных источниках обозначают следующими словосочетаниями: *the ex-KGB spy (Russia will turn into an African-style tinpot dictatorship if Putin wins another term as president, warns Gorbachev [Dailymail. co.uk. 22.07.2011]; a former KGB agent (Merkel Is Dancing With a Bear [nytimes.com. 21.07. 2011]); powerful Putin (Hedging Putin's Will [fterl.org. 20.07.2011]); Russia's paramount leader (Ahead of Election in March, Putin the Reformer Steps Up [nytimes.com. 15.07.11]); Russia's powerful prime minister (Medvedev wants to stay on as Russian president, says leading MP [guardian.co.uk. 01.05.2011]).*

Президента Д. А. Медведева зарубежные СМИ называют следующим образом: *his (Putin's) protégé Dmitry Medvedev (Russia will turn into an African-style tinpot dictatorship if Putin wins another term as president, warns Gorbachev [Dailymail. co.uk. 22.07.2011]); incumbent Medvedev (Hedging Putin's Will [fterl.org. 20.07.2011]); the market-friendly Medvedev (Power Struggle in Russia? [economywatch.com. 14.07. 2011]); his (Putin's) successor as president (Russia will hold 2012 presidential elections on March 4, a Central Election Committee official said on Thursday [reuters. com. 21.07.2011]).*

Использование подобных лексических средств номинации премьер-министра РФ служит не только информированию, но и построению определенного образа, который закрепляется за этим человеком. Например, указание бывшей должности Владимира Владимировича с использованием лексемы *spy* активирует в сознании читателей довольно отрицательный образ человека, который может обладать такими качествами, как хитрость, изворотливость. Такой человек обычно не внушает доверия и вызывает опасения.

Прилагательные *powerful* (1), *paramount* (2) обладают следующей семантикой: 1) a) *having great power, prestige, or influence <a powerful leader>*; b) *leading to many or important deductions <a*

powerful set of postulates>; 2) *superior to all others : supreme <a matter of paramount importance> [MWOD]*. Данные прилагательные определяют Путина как очень влиятельного, могущественного политического лидера.

С помощью вышеуказанных лексических сочетаний создается общий образ В. В. Путина как опасного и очень влиятельного лидера.

При номинации Д. А. Медведева часто используется ссылка на В. В. Путина, в результате чего президент представляется как его протеже или преемник, чем подчеркивается главенствующая роль премьер-министра. Рассмотрим дефиниции указанных оценочных лексем: *protégé — one who is protected or trained or whose career is furthered by a person of experience, prominence, or influence; successor — one that follows; especially: one who succeeds to a throne, title, estate, or office [MWOD]*. Согласно данным словаря, оба слова описывают человека, который достигает чего-то с помощью более влиятельного лица или следует за кем-то, т. е. использование данных лексем активирует в сознании не только образ номинируемого, но и образ второй, более сильной фигуры, которая указывается в тексте, за счет чего образ президента связывается с В. В. Путиным.

Словосочетание *the market-friendly Medvedev* соотносит личность президента с его политикой в сфере рыночных отношений, которая рассматривается автором медиатекста как положительный факт. Лексема *friendly* не вызывает негативной реакции у читателя, скорее наоборот, указывает на хорошее качество и положительно характеризует Д. А. Медведева.

Фразу *incumbent Medvedev* — ‘действующий Медведев’ можно трактовать как нейтральную, но акцентирование внимания читателя на должностях Дмитрия Анатольевича и его полномочиях в настоящее время не может быть случайным. Данное словосочетание противопоставляется другому (*powerful Putin*): *powerful Putin or incumbent Medvedev* — ‘влиятельный Путин или действующий Медведев’. Акценты во фразе расставляются таким образом, что внимание читателя фокусируется на определенных характеристиках рассматриваемых политических лидеров: Путин — влиятельный, могущественный, сильный даже вне президентского кресла; Медведев — действующий, т. е. обладающий определенными полномочиями по занимаемой должности.

Таким образом, подбор лексем при описании Медведева всегда ассоциирует президента с Путиным, притом Дмитрий Анатольевич предстает в невыгодном свете — как последователь премьер-министра или протеже.

Безусловно, не во всех текстах адресата побуждают воспринимать информацию в намеченном автором ключе яркие ярлыки в оценочных номинациях политических лидеров. Многие медиатексты информируют, прибегая к нейтральному способу номинации.

Так, В. В. Путин представляется следующим образом: *prime minister Vladimir Putin, Mr. Putin (A new model army tears its clothes off for “amazing” Putin [independent.co.uk. 18.07.2011]); Russian prime minister Vladimir Putin (Russians swarm “the*

front" [globalpost.com. 23.07.2011]; *Putin Army urges Russian girls to strip off for PM* [thefirstpost.co.uk. 18.07.2011]). В приведенных примерах осуществляется нейтральная номинация с указанием имени и должности политического лидера. То же самое характеризует и ряд упоминаний Д. А. Медведева в разных источниках: *President Dmitri A. Medvedev, Mr. Medvedev (Merkel Is Dancing With a Bear* [nytimes. com. 21.07.2011]; *Ahead of Election in March, Putin the Reformer Steps Up* [nytimes.com. 15.07. 2011]; *Some Russians Happy To Back Status Quo In Election* [npr.org. 07.07.2011].

Итак, мы продемонстрировали нейтральную и оценочную номинации политических лидеров в СМИ. При оценочной номинации минимальное количество лексических единиц позволяет имплицитно выразить большее количество информации о человеке, незаметно направить внимание читателя на определенный контекст, активируя в сознании адресата некий образ и ассоциации.

Таким образом, манипулирование лексикой позволяет авторам медиатекстов имплицитно вы-

ражать оценку, активируя в сознании читателя необходимый образ явления или человека.

ЛИТЕРАТУРА

Будаев Э. В., Чудинов А. П. Современная политическая лингвистика. — Екатеринбург, 2006. URL: <http://www.philology.ru/lingistics1/budaev-chudinov-06a.htm>.

Кобозева И. М. Лингво-прагматический аспект анализа языка СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования : учеб. пособие / отв. ред. д-р филол. наук, проф. М. Н. Володина. — М. : Изд-во МГУ, 2008.

Павлова Е. К. Некоторые особенности номинации в языке политики США начала третьего тысячелетия // Вестн. МГУ. Сер. 19 : Лингвистика и межкульт. коммуникация. 2003. № 4.

Шуманн Й. Политический конфликт и языковая коммуникация // Язык и идеология : реф. сб. — М., 1987.

Weiler M., Barrett W. Reagan and Public Discourse in America. — The Univ. of Alabama Pr., 1992.

MWOD = Merriam — Webster's Online Dictionary. — URL: www.merriam-webster.com.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. А. П. Чудинов