

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра романо-германской филологии и переводоведения

**Стратегии и тактики речевого воздействия: миграционный кризис в
британском политическом медиадискурсе**

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 2 курса 254 группы
направления 45.04.01 «Филология»
Института филологии и журналистики
Лисюткиной Ирины Сергеевны

Научный руководитель

к.ф.н., доцент

Т.В. Харламова

Зав.кафедрой

к.ф.н., доцент

Т.В. Харламова

Саратов 2016

Современное общество все больше становится информационно-зависимым, поэтому информационное массмедийное пространство, которое охватывает практически все сферы жизнедеятельности. События последних нескольких лет разделили общественность на два лагеря: тех, которые приветствуют «политику открытых дверей», проводимую флагманом европейской политики – Германией, и тех, кто выступает против принятия беженцев на своей территории. Важную роль в формировании общественного мнения играет то, каким образом миграционный кризис освещается в СМИ, что и определяет **актуальность** данного исследования.

Цель данной работы - выявить, систематизировать и охарактеризовать коммуникативные стратегии и тактики речевого воздействия, используемые при трансляции сообщений о событиях, связанных с беженцами.

Данная цель определила следующие **задачи** исследования:

- 1) провести анализ понятий «дискурс», «политический дискурс», «медиадискурс» и «политический медиадискурс»;
- 2) представить обзор исследований, посвященных изучению коммуникативных тактик и стратегий речевого воздействия;
- 3) определить виды стратегий, используемых журналистами при описании миграционного кризиса;
- 4) выявить набор тактик, характерных для каждой стратегии;
- 5) установить и описать наиболее типичные для каждой тактики языковые средства;
- 6) выявить особенности использования стратегий и тактик, а также языковых средств реализации в зависимости от формата и политической принадлежности издания.

Материалом данной выпускной квалификационной работы стали статьи, посвященные миграционному кризису и опубликованные в электронных версиях газет *The Guardian*, *The Independent* и *The Daily Mail*. Объем материала составил 60 статей (по 20 из каждого издания).

Данная выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников.

Новизна данного исследования заключается в том, что впервые был проведен анализ стратегий и тактик речевого воздействия на материале статей, посвященных миграционному кризису.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что материалы данной работы могут быть использованы для дальнейшего изучения британского политического медиадискурса, а также стратегий и тактик речевого воздействия при описании политически и социально неоднозначных событий.

Практическая значимость работы заключается в том, что результаты исследования могут быть использованы в курсах лекций и спецкурсах, связанных с проблемами коммуникации. Кроме того, данное исследование может быть полезно специалистам, занимающимся практическими проблемами коммуникации, в частности журналистам и политикам.

Положения, выносимые на защиту:

1) в основе определения каждой стратегии лежит коммуникативная цель, которая понимается как прогнозируемое искомое, представление о результате, который должен быть достигнут по отношению к адресату, а также набор тактик, которые используются для реализации цели;

2) ведущими стратегиями в освещении миграционного кризиса в британских СМИ становятся стратегия создания положительного образа мигранта и стратегия дискредитации;

3) каждая конкретная тактика характеризуется своими языковыми средствами воплощения;

4) политическая принадлежность издания и его формат влияют на выбор стратегий и их языковую реализацию.

В первой главе «Стратегии речевого воздействия в политическом медиадискурсе» систематизируются существующие в языкознании научные взгляды на понятие «дискурс».

Отдельное внимание уделяется политическому дискурсу. Ведущей регулятивной функцией политического дискурса, согласно Е.И. Шейгал, является его использование в качестве некоего инструмента политической власти.

В данной работе был проведен анализ теоретических исследований на тему медиадискурса.

Непосредственным предметом рассмотрения в данной работе стал политический медиадискурс. Под политическим медиадискурсом понимается (вслед за К.В. Никитиной) «сложное коммуникативное явление, главная цель которого- борьба за власть с помощью формирования общественного мнения. Составными частями медиадискурса являются текст как вербализованный результат речи, различные виды контекста (ситуативный, социокультурный и прагматический), а также специальные языковые средства, которые отвечают целям и задачам дискурса. Политический медиадискурс является гибридным по своей природе, так как он возникает в результате наложения двух типов (политического и медиа) дискурса друг на друга, каждый из которых модифицирует, дополняет и оформляет специфические черты другого.

Особое внимание в работе уделено изучению понятия речевого воздействия. Существует узкое и широкое понимание этого термина. В узком смысле речевое воздействие – это целенаправленное воздействие на аудиторию в рамках медийного и политического дискурса, в широком же - любое речевое общение. Е.В. Шелестюк указывает на то, что традиционно РВ подразделяют на два типа: убеждение(аргументация) и внушение (суггестию).

Воздействующая функция языка активно изучается в рамках политической коммуникации. Кроме того, ученых интересует реализация этой функции через применение различных речевых стратегий. Рассматривая данное понятие, О.С. Иссерс утверждает, что под коммуникативной стратегией следует

понимать «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативных целей», который «включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана».

Исходя из того факта, что речевая стратегия направлена на решение базовой коммуникативной задачи, можно предположить, что стратегия складывается из совокупности речевых действий.

Вторая глава выпускной квалификационной работы посвящена выявлению и анализу стратегий и тактик в статьях о миграционном кризисе в Европе.

В ходе исследования был выявлен ряд стратегий и тактик, которые направлены на формирование определенной картины восприятия. Стратегия создания положительного образа мигрантов призвана вызвать у читателя симпатию по отношению к беженцам, а также по отношению к существующей миграционной политике. Данная стратегия реализуется в тактике апелляции к сочувствию, тактике апелляции к общечеловеческим ценностям и тактике привлечения исторических параллелей.

Самой широко распространенной тактикой является тактика апелляции к сочувствию. С помощью детального описания жизни мигрантов в Сирии, а затем их существования в Европе журналисты погружают читателей в атмосферу безысходности, заставляя сопереживать беженцам.

Повествование может осуществляться с разных точек зрения. Для либеральных газет для реализации рассматриваемой тактики характерно включение прямой речи мигрантов. Подобная подача информации делает повествование более личным, так как сведения передаются «из первых рук».

Самым распространенным способом реализации тактики апелляции к сочувствию является «взгляд со стороны». Особое внимание в прессе уделяется высказываниям и действиям известных людей, так как они, как правило, являются авторитетом и образцом для подражания в обществе.

Воздействие может осуществляться не только с помощью прямой речи, создающей иллюзию достоверности, но и через речь самого журналиста.

Среди языковых средств реализации данной тактики преобладает метафора. Ведущей метафорической моделью становится модель «беженец – это жертва»: *it feels like open season on refugees and migrants* (*The Guardian*, 14.01.2016), *the Syrian bloodbath* (*The Guardian*, 02.11.15), *It is a deadly game of cat and mouse* (*The Guardian*, 10.08.2015).

Эпитеты, используемые в данной тактике можно разделить на две группы: описывающие мигранта (*Sayid was hungry, thirsty and desperate* (*The Guardian*, 21.08.2015)) и описывающие место его рождения (*war-torn Middle East* (*The Guardian*, 2.08.2015)). Отметим, что все лексемы, реализующиеся в эпитетах, имеют негативный потенциал.

Тактика апелляции к общечеловеческим ценностям подразумевает обращение к таким категориям, как «справедливость», «добро», «сочувствие», «толерантность» и «моральный долг». Нередко на первый план выходит мысль о справедливой расплате европейцев за свою многолетнюю внешнюю политику. Это подчеркивается использованием лексических единиц с семой «справедливость» (*fair, legitimate, justice, rightful*), которые призваны вызвать жалость читателя к критикуемым в обществе беженцам.

Также данная тактика активно оперирует лексемами с семой «сочувствие»: *feel compassion for abandoned* (*The Guardian*, 05.05.2016), *most of these presented the migrant as a victim in need of sympathy and support* (*The Guardian*, 02.02.2016).

Журналисты активно используют тактику привлечения исторических параллелей, которая позволяет вызвать в сознании читателя нужные ассоциации, тем самым внушая ему определенную позицию.

После беспорядков на улицах Германии, которые позиционировались как своеобразный ответ на события новогодней ночи в Кёльне, в прессе все чаще стали появляться сравнения погромов 2016 года и Хрустальной ночи 1938 года. Указывая на очевидное сходство двух событий, журналисты делают

предупреждение: нельзя допустить развитие ксенофобии, так как ночь 1938 года стала первым шагом на пути к фашизму.

«Холодная война» в контексте, связанном с миграционным кризисом, рассматривается как шаг назад в развитии дипломатических отношений внутри ЕС, признание невозможности найти компромиссное решение.

Таким образом, авторы активно используют исторические параллели, чтобы вызвать в сознании определенные ассоциации, способные повлиять на точку зрения читателя. В ходе проведенного анализа было выявлено, что эти ассоциации носят негативный характер и реализуют образ беженца-жертвы.

Широкое использование стратегии саморепрезентации было зафиксировано нами в 2015 году, когда масштаб проблемы был еще неясен, а поток мигрантов четко регулировался. Именно в этой стратегии отражено национальное самовосприятие британцев, так она используется при описании событий, происходящих непосредственно в Соединенном Королевстве.

Создается образ независимого государства, которое ведет свою политику в соответствии с собственными взглядами на политику в области миграции и которое готово прийти на помощь беженцам, однако не в ущерб местному населению.

Тактика положительного примера реализуется за счет историй о гостеприимных местных жителях, которые с радостью принимают людей с Ближнего Востока. Героями становятся простые британцы, которые активно участвуют в судьбе мигрантов. Главным языковым средством выражения данной тактики являются единицы, принадлежащие к лексико-семантической группе «эмоции»: *There is no place in Ireland for **hate*** (*The Independent*, 6.02.2016), *the student movement, in its **passionate** and determined response to this crisis, is doing the UK **proud**, too.* (*The Guardian*, 17.08.2015)

Еще одним средством воздействия становится использование лексем с семей «помощь»: *providing shelter and **aid** to refugees* (*The Guardian*, 03.09.2015), ***cooperation** means we can solve major issues* (*The Independent*, 06.03.2016), *a third of Britons **have helped** refugees in some way* (*The Guardian*, 13.09.2015).

Британские СМИ открыто говорят о проблеме, которая пока существует за пределами Соединенного Королевства и особенно остро стоит в ФРГ. Они активно используют тактику признания существования проблемы. Таким образом, издания позиционируют себя как объективный источник информации.

Как правило, данная тактика реализуется за счёт ярких метафор. Главным источником метафорических моделей становится субсфера «природа», а именно фрейм «неживая природа». Движение беженцев сравнивается преимущественно с водной стихией: *this tidal wave of migrants* (*The Daily Mail*, 26.06.2015), *an unrestricted flow of people* (*The Guardian*, 22.04.2016), *migrants poised to flood into Europe* (*The Daily Mail*, 13.04.2016), *the migrants [...] sweep through the film in an unending stream* (*The Guardian*, 13.02.2016). Использование подобных метафорических моделей рождает в сознании читателя образ грозного, масштабного явления, которое с трудом поддается контролю извне.

Ситуация также сравнивается с понятиями, входящими в субсферу «социум»: *the biggest challenge yet to the EU* (*The Guardian*, 26.10. 2015), *humanitarian disaster* (*The Guardian*, 25.02.2016), *a humanitarian catastrophe unfolds before our eyes* (*The Guardian*, 03.08.2015). Отметим обилие лексем с семой «трагическое событие»: *the refugee calamity* (*The Independent*, 8.08. 2015), *migrants' misfortune* (*The Guardian* 20.04.2016).

Одной из самых популярных стратегий является стратегия дискредитации, которая реализуется в тактике создания образа врага, тактике детализации, тактике провокации и тактике создания негативного отношения. Под дискредитацией мы понимаем подрыв доверия, умаление авторитета, значения оппонента.

В исследуемых нами статьях активно реализуется стратегия дискредитации и, в частности, тактика формирования образа врага. Этим врагом становится глава Сирии, президент Башар Ассад, который, по мнению прессы, и является главным виновником кризиса. Его режим называют режимом зла (*evil Assad regime* (*The Guardian*, 5.09.2016)). Самой продуктивной метафорической моделью в реализации образа сирийского лидера становится

модель «Башар Ассад – это убийца». Еще одним врагом «извне» становится Россия и, в частности, В.В. Путин. Президент РФ выступает в разных ипостасях: провокатор, скептик, разрушитель. В отличие от Башара Асада В.В. Путин не имеет прямого отношения к беженцам с Ближнего Востока, однако, по мнению британской прессы, использует сложившуюся ситуацию в своих политических целях.

Одной из самых распространенных тактик, используемых в прессе, является тактика детализации, то есть тактика подробного описания трагических событий миграционного кризиса.

Данная тактика особенно часто использовалась при описании череды нападений на девушек в новогоднюю ночь, которые произошли в Кёльне. Как правило, чтобы вовлечь читателя в повествование, авторы формируют текст вокруг истории конкретной жертвы или жертв. Зачастую этот прием реализуется посредством экспрессивного заголовка-цитаты, который объективирует содержание статьи:

'He hit me and pulled me to the ground. I was crying for my mother': Cologne victim reveals her terror after being ambushed by two 'North African' men on New Year's Eve. (TheDailyMail, 5.02. 2016)

Повествование насыщено различного рода деталями, так что порой создается впечатление, что перед нами – полицейский рапорт. За счет довольно упрощенной формы и обилия глаголов действия читатель с легкостью может восстановить картину произошедшего:

One of them tried to hug me. I pushed him away then I took out my mobile and said "I'm going to call the police if you don't let us go (The Daily Mail, 5.02.2016).

Еще одной популярной тактикой является тактика провокации, которая понимается нами как действия автора с целью вызвать у читателя негативные эмоции. В исследуемом нами материале журналисты *The Daily Mail* пытаются вызвать негативные эмоции по отношению к мигрантам.

Одной из главных социально-культурных проблем является нежелание мигрантов интегрироваться в принимающее общество, поэтому многие

европейцы восприняли события в Кёльне как окончательное доказательство невозможности сосуществования:

A Cologne imam has said the victims of the New Years Eve mob sex attacks had themselves to blame because they wore perfume. Sami Abu-Yusuf added that he was not surprised the girls were sexually assaulted, groped and raped, because of the way they dressed.(*TheDailyMail*, 20.01.2016)

Данное заявление может встретить непонимание со стороны общества, так как большинство людей разделяет позицию жертв нападений.

Тактика создания негативного отношения призвана сформировать у читателя антипатию по отношению к тому или иному событию или человеку с помощью критики или прямого обвинения. Острой критике подвергаются неэффективные действия полиции, активно критикуется немецкая пресса: беспокоит как степень эффективности их работы, так и целенаправленное замалчивание фактов. Объектом тактики создания негативного образа становится лично канцлер ФРГ Ангела Меркель.

Среднеязыковых средств по количеству употреблений лидируют эпитеты с негативным лексическим потенциалом: *cruel* (жестокий), *disgusted* (полный отвращения), *terrible* (ужасный), *appalling* (отвратительный), *angry* (рассерженный) ит.д.

В данной работе особое внимание уделено влиянию формата и политической принадлежности издания на выбор стратегий и тактик речевого воздействия и средств их реализации.

Формат *The Daily Mail* вносит свою специфику в использование метафор: они отличаются яркостью, эмоциональностью, а также широкой палитрой концептуальных сфер, таких как продукт деятельности человека («*stretching the social fabric*» (*TheDailyMail*, 08.01.2016)), механизм («*the attacks have sounded the alarm bell*» (*The Daily Mail*, 08.01.2016)), природа («*the streets of German cities that erupted against refugees*» (*The Daily Mail*, 16.01.2016)), строение («*Syrian migrants who knocked on the door*» (*The Daily Mail*, 8.01.2016)), человек («*naked violence*» (*The Daily Mail*, 12.01. 2016)).

Отметим, что формат издания порождает особенности в использовании статистики: в массовой прессе зачастую отсутствует ссылка на агентство, компанию, проводившую тот или иной опрос. Тем самым подчеркивается то, что для читателей сам факт сенсационной информации важнее достоверности источника.

В ходе исследования было выявлено использование разговорной лексики, которая призвана принизить оппонента, а также создать некий иронический эффект:

Frau Merkel, she's not right in the head. (*TheDailyMail*, 15.01.2016)

Еще одним отличием является форма изложения информации: в *TheDailyMail* новостные статьи превалируют над аналитическими, текст в них разбит на несколько абзацев, причем часто абзац состоит только из одного предложения.

The Guardian позиционирует себя как независимое издание, поскольку не принадлежит какой-то определенной корпорации. Издание традиционно выражает симпатию лейбористам. Сразу отметим, что в *TheGuardian* стратегия дискредитации гораздо менее распространена в текстах по интересующей нас теме. Данную диспропорцию можно объяснить разными политическими задачами изданий.

В *TheGuardian* широко представлены именно аналитические статьи, поэтому трагические события в Кельне преподносятся не только как самоценная новость, но и как повод к размышлению о той или иной проблеме, например, проблеме интеграции и межкультурной коммуникации.

TheGuardian более активно использует выразительные языковые средства, относящиеся к синтаксическому уровню.

Таким образом, главным результатом проведенного исследования является определение набора различных тактик и стратегий речевого воздействия. Проведенный анализ показал, что журналисты пользуются следующими стратегиями и тактиками речевого воздействия: 1) стратегия создания положительного образа мигрантов (тактика апелляции к сочувствию,

тактика апелляции к общечеловеческим ценностям, тактика привлечения исторических параллелей), 2) стратегия саморепрезентации (тактика положительного примера, тактика признания существования проблемы), 3) стратегия дискредитации (тактика создания образа врага, тактика детализации, тактика провокации, тактика создания негативного отношения).

Среди языковых средств доминируют эпитеты, метафоры и лексемы с определенной семой. Грамматические средства представлены использованием модальных глаголов, способных внушить ту или иную идею.

В ходе исследования было установлено, что политическая принадлежность издания и его формат напрямую влияет на выбор стратегий и реализацию тактик речевого воздействия.

Предпринятое исследование охватывает лишь часть политического медиадискурса — британский политический медиадискурс. Однако методологические и теоретические результаты, полученные в ходе проведенного анализа, могут составить основу для дальнейшего описания стратегий и тактик речевого воздействия, используемых в статьях американской, немецкой и российской прессы.

Основные положения выпускной квалификационной работы отражены в следующих публикациях:

1. Лисюткина И.С. Европейский миграционный кризис в СМИ: стратегии и тактики речевого воздействия // Актуальные вопросы гуманитарных наук в современных условиях развития страны, / Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. № 3. г. Санкт-Петербург. 2016. С. 51-54.

2. Лисюткина И.С. Стратегия дискредитации в освещении миграционного кризиса (на материале британской прессы) // Материалы 54-й Международной научной студенческой конференции МНСК-2016: Иностранные языки: лингвистика и межкультурная коммуникация / Новосиб. гос. ун-т. Новосибирск, 2016. С. 76-77.

