

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра английского языка и
методики его преподавания

**«Способы речевого воздействия в публикациях Энн Аппельбаум в
«WashingtonPost»**

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ
БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 414 группы
направления 44.03.01 Педагогическое образование
профиль: «Иностранные языки»
факультета иностранных языков и лингводидактики

Багировой Талии Эхтибар кызы

Научный руководитель
доцент кафедры
английского языка
для гуманитарных
специальностей и направлений,
канд. пед. наук, доцент _____ Н. А. Кубракова

подпись, дата

Заведующий кафедрой
английского языка и методики
его преподавания,
канд. пед. наук, доцент

_____ Г.А. Никитина

подпись, дата

Саратов 2019 год

Введение. В настоящее время благодаря развитию современных технологий возрастает влияние средств массовой информации (СМИ) на сознание и эмоциональное состояние людей. При этом транслируемое содержание не всегда соответствует реальному положению вещей, то есть зачастую происходит целенаправленное искажение информации. В таких условиях важным является выявление и описание различных способов речевого воздействия (РВ) и манипулирования, что позволит внести вклад в обеспечение информационной безопасности адресатов подобных сообщений. В данной ситуации изучение способов речевого воздействия, к которым обращаются отдельные журналисты, регулярно освещающие различные политические события, может дополнить и уточнить представления о наиболее частотных способах речевого воздействия в политическом медиадискурсе, что и обуславливает **актуальность** исследования.

Интенсивное исследование речевого воздействия обусловлено отсутствием общепринятых методологических схем анализа РВ и непроработанными предпосылками построения теории РВ. Это вызвано, в свою очередь, недоработанностью методологических и онтологических проблем речевого общения в целом.

Исследование речевого РВ ведется в рамках семиотического, лингвистического и психологического подходов. Специалисты, исследующие РВ, описывают его реализацию в разных типах дискурса. При этом исследователи отмечают, что отдельные типы дискурса в силу своей природы имеют большой потенциал для использования речевого воздействия, например, политический дискурс и его составляющая политический медиадискурс.

В исследованиях данного направления проводится анализ разнообразных способов и стратегий речевого воздействия, их актуализации в дискурсе СМИ, которые освещают многообразие политических событий и процессов.

Объектом исследования является речевое воздействие в политическом медиадискурсе.

Предметом исследования являются способы речевого воздействия, используемые американским журналистом Энн Аппельбаум.

Цель данной выпускной квалификационной работы состоит в выявлении основных способов речевого воздействия и политической манипуляции в средствах массовой информации на примере газетных публикаций Энн Аппельбаум.

Достижение отмеченной цели обусловило необходимостью решения следующих научных и практических задач:

1. проанализировать научную литературу, посвященную теории речевого воздействия;
2. описать основные способы речевого воздействия;
3. выявить и проанализировать способы речевого воздействия, используемые американским журналистом Энн Аппельбаум;
4. выявить и проанализировать средства, используемые Энн Аппельбаум для реализации речевого воздействия.

Методы исследования. Для решения поставленных задач использовались различные методики описательного метода такие как: методика дискурсивного и интерпретативного анализа; методики контекстуального и количественного анализа.

Материалом исследования послужили 52 статьи американского журналиста Энн Аппельбаум, опубликованные в газете «The Washington Post» в период с 05.01.2018 по 14.10.2018. В качестве дополнительного материала привлекались толковые словари, словари-тезаурусы английского языка.

Научная новизна определяется целями и задачами данной работы и заключается в том, что основное внимание концентрируется на рассмотрении необходимости использования способов речевого воздействия.

Теоретическая значимость работы состоит в углубленном изучении способов речевого воздействия, последовательно используемых отдельным журналистом.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования результатов исследования при разработке учебных пособий и программ по обучению основным особенностям политического дискурса и политического медиадискурса.

Апробация исследования проводилась в Саратовском национальном исследовательском государственном университете им. Н. Г. Чернышевского с марта 2018 г. по декабрь 2019 г. на факультете иностранных языков и лингводидактики.

Материалы исследования были представлены на Научном круглом столе конференций «71 (8) Ежегодная Студенческая Научная Конференция, посвященная 110-летию СГУ имени Н.Г. Чернышевского» (19. 05. 2019): «Реализация оппозиций «свой-чужой» в статьях Энн Аппельбаум в «The Washington Post»».

Структура выпускной квалификационной работы определена задачами исследования, логикой раскрытия темы. Работа состоит из введения, двух глав (глава 1 «Речевое воздействие в политическом медиадискурсе», глава 2 «Способы и стратегии речевого воздействия в статьях Э. Аппельбаум»), заключения, списка использованных источников.

Основное содержание работы. Современные (СМИ) играют огромную роль в формировании общественного сознания и взглядов отдельно взятого человека почти во всех областях жизни, в том числе в формировании политических взглядов и определенной политической идеологии.

Основная задача современных СМИ состоит не только в том, чтобы привлечь аудиторию и удержать ее, но и повлиять на взгляды и мнения читателей / зрителей. Одним из главных инструментов при этом является речевое воздействие (РВ). В настоящее время нельзя говорить о том, что

понятие и содержание такого термина как «речевое воздействие» до конца раскрыто. Это связано с различными трактовками данного термина, а так же спорными аспектами содержания понятия речевого воздействия.

В целом говоря о речевом воздействии важно отметить, что интерес к проблеме изучения РВ существовал ещё со времен античности, когда возникла первая наука об ораторском искусстве и технике убеждающей речи – риторика. Тем не менее, долгое время не существовала теория речевого воздействия. В настоящее время можно говорить о формировании терминологического аппарата и методах изучения РВ.

И. А. Стернин определяет речевое воздействие как влияние одного человека на другого человека (или группу лиц) путём речи и использования невербальных средств речи для достижения поставленной цели.

Можно выделить следующие факторы, способствующие эффективности речевого воздействия:

- наглядность и доступность информации;
- фактор объема сообщения (объем сообщения должен быть оптимальным для восприятия);
- факторы соблюдения и несоблюдения коммуникативных и языковых норм;
- степень важности, значимости информации;
- соответствие текста интересам и потребностям адресата;

частота подачи информации (многократное повторение в разных источниках и в разной интерпретации способствует усвоению и закреплению информации).

Существуют различные способы речевого воздействия на объект. Их цель устанавливается в следующем: обратить внимание аудитории к себе, расположить к себе, повлиять на формирование мнения, которое необходимо адресанту. Способы речевого воздействия можно определить как

совокупность приёмов и процессов практической деятельности, которые определяются неречевыми целями воздействующего субъекта.

И.А. Стернин дает наиболее четкую классификацию речевого воздействия, делая наибольший акцент на воздействии, которое рассчитано на осознанное восприятие объектом сообщаемой информации, а не на бессознательное восприятие. Рассмотрим способы речевого воздействия:

- Убеждение, которое влияет на разум личности.
- Доказывание, которое проявляется в виде логического аргументирования. В противовес убеждению, данный способ не конвоируется с эмоциональным давлением.
- Уговаривание, целью которой является побуждение объекта отказаться от своей точки зрения и принять позицию субъекта.
- Внушение в виде побуждения объекта принять позицию субъекта против своей воли, под сильным психологическим и эмоциональным влиянием.
- Побуждение (волеизъявление) объекта побуждают действовать согласно желаниям субъекта.

Одной из наиболее перспективных в данном направлении областей исследования и разработки приемов РВ и формирования воздействующих на аудиторию текстов является политический дискурс.

Различные политические режимы, развитие мировых отношений массово освещаются СМИ, из чего можно сделать вывод, что использование разнообразных тактик и стратегий РВ является крайне важным для участников политического процесса, что помогает избежать неправильной интерпретации сообщений и / или оказать на объект целенаправленное влияние.

Использование оппозиции «свой-чужой» является одним из самых древних средств влияния на адресатов сообщения, потому что политика – это, в первую очередь, борьба за власть, что предполагает присутствие

соперничающих между собой разделений общества на «своих», то есть, правильных и «чужих», неправильных и лишенных смысла.

Оппозиция «свой-чужой» представляет из себя социологизированную сущность, а точнее говоря, имеет социальную природу и не может не проявлять себя в самых разных социальных сферах жизни, а именно, она прослеживается в целом ряде институциональных дискурсов.

Адресант, говоря от имени «своего», противопоставляет себя и адресатов «чужому» и благодаря использованию разнообразных языковых средств нагнетает чувство социального презрения и противоречия аудитории по отношению к представителям «чужого» лагеря, стараясь сформулировать у адресатов необходимое ему понимание об объекте или поменять ситуацию согласно своему прагматической установке и мировоззрению.

Изучение речевой агрессии имеет продолжительную традицию как в отечественной, так и в зарубежной лингвистике, существуют разнообразные методы и приемы анализа коммуникативных ситуаций конфликтного типа.

Речевая агрессия тесно связана со стратегией дискредитации, которой чаще всего придерживаются политики для надлома доверия у адресатов к позиции, которой придерживается «чужой». Задачей дискредитации «чужого» служит использование разных стереотипов и ярлыков, изображающих представителей противоположного лагеря, как «оплот мирового терроризма» или же «династию зла». Тогда как «свой» предстает «великой державой», «спасителем».

Стратегия делегитимизации, которой часто придерживаются политические деятели и СМИ, представляет собой обвинение в незаконном статусе действий политического оппонента.

Данные две стратегии тесно взаимосвязаны, поэтому используются в совокупности друг с другом. Исходя из этого, можно определить, что многое базируется на построении «образа оппонента» и выделении основополагающих проблем с предложениями по их решению. В

совокупности, достижение успешной политической коммуникации строится на умелом использовании данных стратегий и тактик.

В ходе практического исследования было проанализировано 52 статьи Энн Аппельбаум, опубликованные в газете «The Washington Post» в период с 05.01.2018 по 14.10.2018; проанализированы заголовки статей как средства реализации одного из способов речевого воздействия – внушения; описаны стратегии дискредитации и делегитимизации, используемые для создания отрицательного образа оппонента; определены лексемы, с помощью которых эти стратегии актуализируются.

Газета – это отражение устоя страны, народа и всего мира в целом. То или иное печатное издание будет успешным только при правильной подаче информации. Но для того чтобы у читателя возник интерес и он захотел прочитать статью, журналистам необходимо знать, как правильно ее преподнести. Читатели воспринимают газетный материал по-разному, некоторые неторопливо и внимательно знакомятся с предлагаемой им информацией, а другим не хватает времени сосредоточиться, они читают газету на бегу, бывают случаи, когда статью даже не дочитывают до конца. Прекрасно зная об этом, печатные издания обязаны передавать информацию быстро, максимально коротко и сжато, наряду с этим необходимо рассказать о главном и объединить все основное. Отсюда следует сделать вывод, что важную роль здесь играет начало газетной статьи, то есть ее заголовок

По мнению большинства специалистов, газетный заголовок способен активизировать внимание аудитории на определенную информацию сформировать его настрой, вызвать не только интерес, но и эмоции, как отрицательные, так и положительные. Любопытство, удивление, недоумение, и даже шок – всем этим руководствуются журналисты, правильно подбирая заголовок.

При помощи способа внушения, который часто можно обнаружить в газетных заголовках, происходит влияние на психику объекта, уменьшается сознательность и критичность при получении информации, что может

привести к созданию представлений, которые не соответствуют действительности.

Например в заголовке «*Putin's war is transforming Ukraine*» – «Война Путина, способствует изменению Украины» в статье, опубликованной в «The Washington Post» 23 сентября 2018 года, автор четко определяет образ «чужого» через слово «**war**», как человека опасного, чем вселяет страх в подсознание аудитории.

Также автор активно использует такие стилистические средства в заголовках, как эпитет, риторический вопрос и метонимия:

В статье «*Radicalism kills. Why do we only care about one kind?*» – «Радикализм убивает. Так почему же нас волнует лишь одна сторона?», автор использует риторический вопрос, заведомо зная ответ на поставленный вопрос, для привлечения интереса у аудитории. И это далеко не единственный пример использования данного вида стилистических средств:

«**Never again?** It's already happening» – «*Больше никогда? Это уже происходит*».

Человек, у которого возможно нет желания или времени прочитать статью, обязательно заинтересуется данной статьей, ведь вопросы всегда вызывают у людей желание найти ответы.

Как известно многим, журналисты часто используют еще одну из сильнейших стилистических средств эпитет, помогающий заинтересовать читателя, ведь человеческая природа такова, что очень любит загадки:

«*Macron embraces Trump – and elegantly knifes him in the back*» – «*Макрон обнимает Трампа и элегантно вонзает нож в его спину*», отличный пример эпитета, которая так идеально характеризует положение Трампа в данной статье.

Однако заголовки являются не единственным способом для привлечения внимания у аудитории, также используются две самые востребованные стратегии в политическом дискурсе: стратегия дискредитации и стратегия делегитимизации.

В результате использования стратегии дискредитации создается образ оппонента, который

- распространяет недостоверную, искаженную, превратную информацию (*disinformation* (21), *propaganda* (22) / *covert* (1) / *false* (1) *advertising*; *false* (1) *articles*; *smear* (7) *campaign*; *catty* (1) *emails*; *false* (3) *information*; *partisan* (1) *materials*; *fake* (1) *news*; *fake* (1) *Facebook page*; *compromising* (1) / *conflicting* (1) / *contradictory* (1) / *crazy* (1) / *distracting* (1) / *embarrassing* (1) / *fake* (4) / *false* (3) / *invented* (3) / *negative* (1) / *wild* (1) *story* (*stories*); *conspiracy* (11) / *bizarre* (1) / *phony* (1) *theory* (*theories*); *disturbing* (1) / *fake* (3) / *violent* (1) *video*; *fake* (1) / *deceive* (2), *fake* (2), *gin up* (1), *invent* (12), *lie* (4), *make up* (1), *manipulate* (2), *peddle* (2), *recycle* (3), *skew* (1));

- действует непоследовательно, хаотично и импульсивно; руководствуется своими прихотями и настроением; не имеет реального представления об окружающем его мире (*chaos* (4), *mess* (1), *tumult* (1), *turmoil* (1); *whim* (4), *moods* (1), *impulsive* (1); *delusional* (2), *fantasy* (3), *fantasist* (2));

- отличается непрофессионализмом, любительским подходом к политической жизни, с недостатком знаний и опыта (*amateurism* (1), *ignorance* (3) / *ignorant* (1), *incompetence* (1) / *incompetent* (1)).

Стратегия делегитимизации также представляет игру на понижение, однако связана она с более серьезными обвинениями. Она направлена на отрицание законного статуса действия оппонентов, противников, «чужих».

В рассматриваемых статьях Э. Аппельбаум формирование негативного восприятия образа оппонента с точки зрения законности включает:

- систематическое употребление лексемы *regime* (15), которая имеет отрицательные коннотации в современном английском языке;

- создание образа оппонента, отрицающего принципы демократии и гражданского общества, совершающего различные преступления, злоупотребляющего властью (*corrupt dictatorship* / *political class*, *cronyism*, *crooked contracts*, *money laundering*, *nepotism*, *Russian companies with dubious*

origins, shady deals, stolen assets; opens the door to fraud, used a dangerous chemical agent in an attempt to murder one of their compatriots on British soil, bought the British elite, buy property anonymously, buy influence among more centrist French and German politicians);

- обвинение оппонента в нежелательном, непрошенном, незаконном вмешательстве во внутренние дела другого государства (*meddling* (3), *intervention* (7) / *aggression* (1), *assassin* (1) / *assassinate* (1) / *assassination* (3), *attack* (19), *casualties* (3), *conflict* (12), *invasion* (10), *violence* (12) / *violence* (4), *war* (15), *weapons* (13));

- описание отрицательных эмоций и эмоциональных состояний, которые вызывают злодеяния оппонента, например, *anger* (4), *anxiety* (3), *distrust* (4), *fear* (9), *hatred* (4), *resentment* (3), *suspicion* (4).

Игра на понижение статуса оппонента и делегитимизация его действий сопровождается игрой на повышение и легитимизацией действий соратников и партнеров.

Заключение. Подводя итог исследования, можно отметить, что обращение к данной теме исследования определено растущим интересом к проблемам использования языка во всевозможных институциональных сферах, одной из наиболее востребованных из которых является политический дискурс.

Природа определения «речевое воздействие» необычайно многогранна и отражает определенную специфику тех областей научных знаний, которые этим понятием пользуются.

Таким образом, речевое воздействие является воздействием, которое оказывает адресант на адресата с помощью различных паралингвистических, лингвистических, и символических средств в процессе коммуникации, целью которого является внушение или изменение представления адресата относительно той или иной информации. Особое значение в определениях речевого воздействия для нас имеет его целенаправленность. Именно наличие определенной цели обуславливает тот факт, что речевое воздействие

реализуется посредством различных стратегий. По результатам проведенного исследования для публикаций Э. Аппельбаум такими стратегиями являются стратегии дискредитации и делегитимизации, которые направлены на создание негативного образа оппонента, «чужого».

Анализ публикаций Э. Аппельбаум показывает, что лучшим средством речевой стратегии дискредитации являются такие речевые тактики, как обвинения, разоблачения, обнародования негативных фактов, игнорирования личности. В рамках создаваемого журналистом образа оппонент, противник, «чужой» предстает как человек, распространяющий недостоверные сведения, неспособный на последовательные действия и меняющий решения в зависимости от своего эмоционального состояния и прихотей, живущий в иллюзорном мире; как человек, который не имеет достаточных знаний и соответствующей квалификации для ведения самостоятельную политику.

Стратегия делегитимизации реализуется через обвинение оппонента в преступлениях, в незаконном вмешательстве во внутренние дела других государств, в подрыве демократических идеалов и ценностей; статус законности власти самого субъекта ставится под сомнение. На лексическом уровне стратегия делегитимизации актуализируется через использование наименований правонарушений, военных действий, различных типов физического воздействия, отрицательных эмоций и эмоциональных состояний.

Кроме указанных стратегий, Э. Аппельбаум также умело использует традиционную структуру статьи для оказания воздействия. Так, журналист создает заголовки (одну из самых сильных частей публицистического текста) одновременно для привлечения внимания читателей к статьям и для формирования у них определенного отношения к содержанию, чем оказывает на них воздействие посредством одного из способов речевого воздействия – внушения.

Таким образом, исследование публикаций Э. Аппельбаум за период с 05.01.2018 по 14.10.2018 позволяет говорить о системном использовании

журналистом различных способов речевого воздействия на аудиторию. Основные усилия Э. Аппельбаум направлены на создание негативного образа оппонента, на реализацию базовой оппозиции «свой-чужой». Выявление способов актуализации смыслов, прежде всего, на лексическом уровне помогает развивать критическое восприятие новостных и аналитических материалов, транслируемых традиционными и электронными СМИ.

К перспективам исследования можно отнести изучение других способов речевого воздействия (например, убеждения) и способов их актуализации (например, описания исторических реалий, использования метафор) в статьях Э. Аппельбаум.