

ЛАТЫПОВА Ю. Д.
ТЕКСТ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НОВОСТЕЙ
В АСПЕКТЕ МАНИПУЛЯТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ

Аннотация. В статье рассматриваются манипулятивные стратегии, наиболее часто используемые в текстах экономического дискурса. Исследование проведено на материале современной англоязычной прессы.

Ключевые слова: манипуляция, манипулятивная стратегия, манипулятивная тактика, языковое манипулирование.

LATYPOVA Yu. D.
THE TEXT OF ENGLISH ECONOMIC NEWS
IN TERMS OF MANIPULATIVE STRATEGIES

Abstract. The article considers the manipulative strategies of economic discourse. The study is based on the English newspapers.

Key words: manipulation, manipulative strategy, manipulation tactics, linguistic manipulation.

Манипуляция общественным сознанием традиционно вызывает интерес как политологов, так и лингвистов. С одной стороны, это обусловлено тем, что данное явление рассматривается как некий способ социальной регуляции, контроля и детерминирования жизни индивидуума. С другой стороны, исследователей интересует набор языковых средств и предпосылки их использования с целью манипуляции созданием индивидуума. В эпоху глобализации и информационных технологий проблема применения техник манипулирования общественным сознанием чрезвычайно актуальна. Кроме того, прием манипуляции – достаточно универсален. Его можно наблюдать во всех социально значимых сферах жизнедеятельности человека.

Значения слова «манипуляция» отражены в «Толковом словаре русского языка»: «МАНИПУЛЯЦИЯ, -и, ж. 1. Сложный прием, действие над чем-н. при работе руками, ручным способом (книжн). 2. перен. Проделка, махинация (неодобр.)» [3, с. 346].

По мнению Д. Ю. Устинова, манипуляция – «это скрытое психологическое воздействие на партнера по общению с целью добиться от него выгодного поведения» [5]. В качестве основных характеристик манипуляции исследователи чаще всего выделяют: неосознанность объектом манипуляции осуществляемого над ним воздействия; воздействие не только на сферу сознательного (разум), но и на сферу бессознательного (инстинкты, эмоции), которая не

поддается произвольному контролю; управление отношением объекта манипуляции к предметам и явлениям окружающего мира в нужном для манипулятора русле; достижение манипулирующим своих корыстных целей за счет объекта манипуляции; намеренное искажение фактов окружающей действительности, создание иллюзий и мифов и т. д [4, с. 277].

Первым признаком манипулятивной тактики является скрытый обман. В данном случае субъект не отдает себе отчет в том, что по отношению к нему был осуществлен манипулятивный акт. Объект (манипулятор) умышленно скрывает факт применения манипулятивных техник от субъекта, а субъект, в свою очередь, подчиняется манипуляции объекта.

Второй признак – нежелательное вмешательство, касающееся изменений обычного хода событий вопреки желанию манипулируемого, т. е. ситуация, когда людям приходится делать то, что в ином положении дел они бы делать не стали.

Третий признак – утаивание информации, которое проявляется в умолчании или сокрытии некоторых фактов [1, с. 138].

Таким образом, манипуляция рассматривается как воздействие через скрытый обман, утаивание, искажение информации или сокрытие информации.

Согласно трактовке А. А. Любимовой, языковым манипулированием является скрытое информационно-психическое воздействие, которое осуществляется на «трех пластах (индивидуальном, групповом и массовом)». В этой связи, цель языкового манипулирования состоит в побуждении индивидуума к действиям, входящим в противоречие с его интересами, воззрениями, а также с языковой картиной мира и системой общества в целом [2, с. 24].

Анализ статей на экономическую тематику в ряде ведущих британских и американских газет и журналов, а именно «The Economist», «The Financial Times», «The Guardian», «The Wall Street Journal», позволяет обнаружить наличие большого количества языковых средств, с помощью которых субъект оказывает информационно-психологическое воздействие на объект.

Как известно, языковое манипулирование включает в себя различные приемы, которые проявляются на всех уровнях языка. Однако основным уровнем, на котором возможна манипуляция является – лексический. К числу манипулятивных лексических средств можно отнести прием номинализации, т.е. образование абстрактного существительного от глагола. Проиллюстрируем данное утверждение практическим примером из журнала «The Economist».

1. Uncover key strategies to identify talent and keep your top performers in house [6].

Так, в приведенном примере использование глагола «to uncover» (разоблачить) в функции существительного (разоблачение) отвлекает внимание от субъекта действия и, кроме того, позволяет сконцентрировать внимание читателя не на результате, а на самом действии.

Еще одним приемом манипуляции является использование конверсивов. Конверсивы – это слова, которые описывают одну и ту же ситуацию с разных точек зрения. В частности, в первом примере использован глагол «to oust», который означает «выгонять, вытеснять». В свою очередь, во втором примере употреблен глагол «to beat» (быть побежденным), т.е. ситуация описана с разных точек зрения.

1. Nick Clegg's constituents predict he will be ousted from Sheffield seat [8].
2. There are a number of reasons why he may have been beaten at the ballot box, he said on Tuesday – notably a big increase in turnout from Labour voters in his Crookes ward [8].

Фразеологизмы часто используются в языке СМИ. Целью использования фразеологизмов является преподнесение информации в более яркой и запоминающейся форме. Результатом использования фразеологизмов является определенное воздействие на читателя. Приведем пример из выступления М. Ходорковского, опубликованного в британской газете «The Guardian». В данном примере автор использует экспрессивное средство, выраженное идиоматическим словосочетанием «not to turn a blind eye» – не закрывать глаза, не смотреть сквозь пальцы.

1. Britain did not turn a blind eye to shutdown of democracy and the encroachment on human rights in our country [8].

Зачастую для создания более яркого образа применяется прием сравнения, который демонстрируется в следующих примерах, взятых из статей американской газеты «The Wall Street Journal». В обоих примерах языковым средством реализации данного приема является глагольная фраза «to be like smb. or smth» – быть как кто-то или что-то.

1. The conference tournament is like the SAT of the college-basketball season [9].
2. The author of 'The Flamethrowers' discusses why art is like the stock market [9].

Автор, используя перифраз или описательное выражение, косвенно упоминая объект и акцентируя внимание на какой-либо его характеристике, формирует тем самым нужное мнение у читателя. В частности, в нижеследующем примере, взятым из британской газеты «The

Guardian», автор использует описательное выражение «Iron Lady» (железная леди), подразумевая премьер-министра Великобритании Маргарет Тэтчер.

1. The "Iron Lady" was more admired abroad than at home, where even many Conservative voters recoiled from her apparent lack of compassion for those whose lives and careers were disrupted by her policies [8].

Использование слов с оценочной и экспрессивной коннотацией позволяет в значительной мере повлиять на субъекта. В данном примере автор, используя прилагательное «long-festering» с отрицательной коннотацией «назревающий в течение долгого времени», критикует позицию российского президента В. В. Путина и формирует соответствующее мнение у читателя.

1. Russian President Vladimir Putin has a long-festering grudge [9].

Эвфемия также является индикатором манипулятивных стратегий. Удачно подобранное ключевое слово также способно ориентировать общественное мнение, как «блуждание вокруг денотата», что характерно для эвфемизмов. Эвфемистические замены – это действенный публицистический прием создания положительного образа или нейтрального негативного впечатления для утверждения чужих идей. В нижеследующем примере автор использует словосочетание «military presence» (военное присутствие) с целью нейтрализации значения произошедшего события и успокоения читателя.

1. Philippine and U.S. officials signed a 10-year deal allowing greater American military presence in the Southeast Asian country, just minutes before President Barack Obama landed for a state visit [9].

Дисфемия в обладает компенсационными качествами, восполняя эмоциональный дискомфорт носителей языка. т. е. дисфемия описывает какое-либо явление словами со сниженной окраской, которые выделяют отрицательную сторону объекта или явления и принижают его. В этой связи, употребление автором словосочетания «meat grinder» (мясорубка) для описания сражений в Сирии говорит о резкой критике автором происходящего.

It is the greatest 'meat grinder' in the past generation for radical, hot-headed, violent young incurable terrorists [6].

Таким образом, следует отметить, что манипулирование общественным сознанием в текстах современных англоязычных СМИ осуществляется, в основном, на лексическом уровне.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гурочкина А. Г. Манипулирование в лингвистике // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. – 2003. – Вып. № 5, Т. 3. – С.136-141.
2. Любимова А. А. Языковые аспекты воздействия на общественное сознание: на сопоставительном материале средств массовой информации конца XX - начала XXI вв.: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2006. – 240 с.
3. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – 4-е изд., дополненное. – М.: Азбуковник, 1999. – 944 с.
4. Попова Е. С. Структура манипулятивного воздействия в рекламном тексте // Известия Уральского государственного университета. – 2002. – № 24. – С. 276-288.
5. Устинов Д. Ю. Что такое манипуляция? – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ustinow.ru/>
6. The Economist. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economist.com>
7. The Financial Times. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ft.com/home/uk>
8. The Guardian. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.theguardian.com/uk>
9. The Wall Street Journal. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://online.wsj.com>