

DOI: 10.33184/dokbsu-2020.1.13

## Речевая манипуляция в дискурсе британских СМИ как средство борьбы со стереотипами

А. А. Матвеева\*, А. А. Гаязова

*Башкирский государственный университет*

*Россия, Республика Башкортостан, 450076 г. Уфа, улица Заки Валиди, 32.*

*\*Email: annaufa@yandex.ru*

Целью данной статьи является исследование взаимосвязи процессов манипуляции и стереотипизации на материале британских СМИ. Выявлено два способа функционирования стереотипов в аспекте речевого манипулирования в британском медиа-дискурсе: 1) апелляция к некритичному восприятию стереотипа и, соответственно, опора на стереотип в процессе речевой манипуляции; 2) попытка изменить отношение реципиента к самому стереотипу через изменение знака оценки стереотипа.

**Ключевые слова:** стереотип, манипуляция, дискурс.

Как отмечает Т. А. ван Дейк в своем труде «Discourse analysis as ideology analysis», людей, принадлежащих к определенной социальной группе или культурной общности, объединяют социокультурные знания, оценочные убеждения, мнения, становящиеся основой социальных отношений [1]. Мнения, наборы ассоциаций, ценностно окрашенные суждения становятся основой стереотипов. В то же самое время все, что связано с ценностными установками, мировоззренческими позициями, мнениями и убеждениями, является благодатной почвой для процессов манипулирования, влияющих на поведение и взгляды людей. Изучение связи стереотипизации и манипулирования видится интересной задачей, решению которой может быть посвящено множество плодотворных научных исследований. **Целью** данной статьи является выявление роли стереотипов в дискурсе современных британских СМИ через посредство исследования их связи с процессами речевого манипулирования.

Под **стереотипом** в данной статье понимается культурно обусловленный образ в сознании представителей лингвокультурного сообщества, носящий эмоционально-оценочный характер и представленный через посредство языковых единиц. Под **речевой манипуляцией** в данной статье понимается попытка оказать воздействие на сознание или поведение лица или группы лиц, изменить его / их установки, намерения, взгляды, оценки с помощью применения определенной стратегии, задействующей комплекс языковых средств. **Материалом** для исследования послужили британские

периодические издания The Daily Express, The Daily Telegraph, The Guardian, The Independent, The Observer, The Financial Times и The Times, проанализированные за 1993–2019 годы. Анализу подвергся 151 фрагмент дискурса, содержащий стереотип, вовлеченный в процесс речевого манипулирования.

Согласно Е. В. Теневой, стереотипы являются инструментом воздействия на адресата [2]. Поэтому использование стереотипа традиционно воспринимается как манипулятивный прием, благодаря которому манипулятор пытается изменить отношение реципиента к какому-либо фрагменту действительности, опираясь на некритичное восприятие адресатом существующего стереотипического представления. Как показывает анализ, подобное использование стереотипов в процессе манипулирования время от времени встречается:

E.g. (1): *Germans keep far too much in cash, and when they do invest it is usually in high-cost, poor-value products. <...> In some respects, it should not be a surprise that Germans just pile up cash for rainy days* [3].

Автор процитированных высказываний, опираясь на традиционный стереотип о скупости немцев, пытается сформировать негативный образ финансовых привычек данной нации. Пытаясь создать видимость финансового аналитического обзора, автор использует слова и словосочетания «*keep in cash*», «*invest*», «*high-cost*», «*poor-value*», «*product*». Вместе с тем применение такого комплекса языковых средств, как интенсификаторы (*far, too, much*), эмфатическая конструкция с «*do*» (*when they do invest*), лексемы отрицательной оценки (*poor*), лексемы экспрессивной коннотации (*pile up*), комбинаторное изменение идиомы (*save it for a rainy day* → *pile up cash for rainy days*) указывают на использование автором манипулятивной стратегии на понижение с целью осуществления воздействия на реципиента в необходимом направлении. Словосочетания с размытой семантикой «*in some respects*», «*it should not be a surprise*» не предлагают четких характеристик, но создают иллюзию весомости и убедительности уже сказанного и, тем самым, способствуют утверждению стереотипа о неразумном финансовом поведении немецкой нации.

Как показывает проведенный анализ эмпирического материала, наряду с речевой манипуляцией, задействующей стереотип как общепризнанную модель действительности, которая способствует некритичному восприятию тех или иных явлений, и тем самым облегчает процесс манипулирования, существует и демонстрирует тенденциональный рост речевая манипуляция, целью которой является изменение отношения к самому стереотипу, его развенчание.

E.g. (2): *TV adverts showing housewives cleaning and husbands lounging about on the sofa are to be scrapped in a bid to crackdown on pigeon-holing males and females... <...> Harmful gender stereotypes in ads contribute to how people see themselves and their role in society* [4].

Целью манипуляции в данном примере является борьба с гендерными стереотипами. Автор пытается осуществить воздействие на реципиента с тем, чтобы сформировать негативный образ традиционного распределения ролей мужчины и женщины в обществе. Используя манипулятивную стратегию на понижение, автор использует такой комплекс языковых средств, как собственно оценочные лексемы (*harmful*), лексемы негативной коннотации (*lounge about; scrap; crackdown; pigeon-holing*); противопоставление (*housewives cleaning vs. husbands lounging about on the sofa*), модальная конструкция (*be to*), импликатура (*TV adverts are to be scrapped → gender stereotypes are to be scrapped*).

Другим примером речевой манипуляции, целью которой является развенчание стереотипа, может служить:

E.g. (3): *“You don’t really see a lot of positive representations of cat ladies in the media,” Wills told ABC7NY News recently. Indeed, many famous contemporary characters in some of the most successful TV shows of the last decade fall into the cliché, suggesting getting a cat is synonymous with being unsuccessful [5].*

Целью манипуляции в данном примере является борьба со стереотипом, рисуящим образ неудачливых кошатниц, что представляет собой разновидность гендерного стереотипа. Автор пытается осуществить воздействие на адресата с тем, чтобы развенчать представление о том, что женщины, имеющие кошек, – неудачницы. С этой целью используется такой комплекс языковых средств, как отрицательные конструкции (*you don’t really see*); противопоставление (*successful – unsuccessful*); импликатуры (1) *you don’t really see a lot of positive representations of cat ladies in the media → there must be more positive representations of cat ladies in the media*; 2) *... fall into the cliché, suggesting getting a cat is synonymous with being unsuccessful → associating having a cat with lack of success is a cliché*; лексемы с негативной коннотацией (*cliché*).

E.g. (4): *“[Mothers] face a lot of bias in the workforce in ways we don’t always recognise,” says Ms Forman. It is commonly assumed they are less ambitious and committed than other employees, she explains, but she believes returnships can help to change those perceptions. “They see [a returner] is doing amazing work, which can actually help to puncture some of those stereotypes,” she says [6].*

Целью манипуляции в данном примере является развенчивание стереотипа, а также формирование позитивного образа людей, по отношению к которым сформирован стереотип. Автор пытается осуществить воздействие на реципиента с тем, чтобы доказать несостоятельность традиционного стереотипа, рисуящего образ работающих матерей как обладающих меньшим энтузиазмом и амбициями по сравнению с остальными сотрудниками. Для этого используется манипулятивная стратегия на понижение, в рамках которой применяется такой комплекс языковых средств, как лексемы с негативной оценочной коннотацией (*bias; assume; puncture*); контекстуально оценоч-

ные лексемы (*perception* (в данном контексте синонимично понятиям «стереотип», «предубеждение»)), квантификаторы (*a lot*); дейктики (*those*).

Вместе с этим автор старается создать позитивный образ деловых качеств работающих матерей. Для этого используется сочетание положительной оценки с экспрессивной коннотацией (*amazing*).

Количественный анализ показывает преобладание примеров речевой манипуляции, в которых происходит развенчание стереотипа, над примерами, в которых утверждается стереотип. Борьба со стереотипами посредством манипулятивных приемов происходит в 76% проанализированных примеров (115 примеров). Опора на стереотип в процессах манипуляции осуществляется в 24% проанализированных примеров (36 примеров).

### Литература

1. Dijk T. A. van. Discourse analysis as ideology analysis // Language and Peace / Ed. by C. Schäffner, A. Wenden. Aldershot: Dartmouth Publishing, 1995. Pp. 17–33.
2. Тенева Е. В. Национально-культурные стереотипы в публицистике (на материале английского языка) // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2010. №7. С. 228–236.
3. The Financial Times. 2017. URL: <https://www.ft.com/content/ba96c8ea-b34a-11e7-aa26-bb002965bce8>
4. The Daily Express. 2018. URL: <https://www.express.co.uk/news/uk/1059015/political-correctness-adverts-banned-Committee-on-Advertising-Practice>
5. The Observer. 2018. URL: <https://observer.com/2018/07/girls-and-their-cats-instagram-fights-crazy-cat-lady-stereotype/>
6. The Financial Times. 2018. URL: <https://www.ft.com/content/612e23ee-dd41-11e8-b173-ebef6ab1374a>

Статья рекомендована к печати кафедрой английского языка и межкультурной коммуникации факультета романо-германской филологии Башкирского Государственного Университета (д-р филол. наук, проф. С. Г. Шафиков)

---

## Speech manipulation in British mass-media discourse as a means to fight stereotypes

A. A. Matveyeva\*, A. A. Gayazova

*Bashkir State University*

*32 Zaki Validi Street, 450076 Ufa, Republic of Bashkortostan, Russia.*

*\*Email: annaufa@yandex.ru*

The article aims to investigate the interrelation of manipulation and stereotypization on the material of British mass-media. Two ways of the functioning of stereotypes in the aspect of speech manipulation in British media-discourse have been revealed: 1) reference to the non-critical use of a stereotype and, accordingly, application of a stereotype in the speech manipulation process; 2) an attempt to change the recipient's attitude to a stereotype by way of changing the evaluative character of a stereotype.

**Keywords:** stereotype, manipulation, discourse.