



Л. В. Цурикова

Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия

ORCID ID: 0000-0003-0588-3837 

С. А. Степанищева

Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия

ORCID ID: 0000-0003-0068-3342 

 **E-mail:** lubov.tsurikova@gmail.com; stepanischevasofi@gmail.com.

Стратегии подстройки нерелевантной информации в дискурсе британских СМИ

АННОТАЦИЯ. В статье рассматриваются часто используемые в британских СМИ способы манипулирования информацией, связанные с внедрением в текст публикации нерелевантных для заявленной темы сведений, которые оказывают влияние на восприятие текста, частично меняя контекст этого восприятия, что приводит к формированию у адресата нужной манипулятору картины описываемых событий. Анализируя этот феномен на примере не связанных с политикой публикаций из разделов «Sport» и «Travel» британской газеты «The Guardian», мы обнаружили, что нерелевантные смыслы обычно встраиваются в содержание текста путем целенаправленного объединения нерелевантной и релевантной информации в рамках одного высказывания или цепочки высказываний с использованием соответствующих средств когезии. Основываясь свой анализ на главных положениях теории релевантности (D. Wilson, D. Sperber, 2002), мы выяснили, что введение нерелевантной информации в текст при этом осуществляется различными способами, которые мы обозначили как **стратегии подстройки нерелевантных смыслов**. Было выделено и описано четыре таких стратегии, регулярно используемые авторами этого издания: **толкование, косвенная референция, добавление и комментирование**. Использование этих стратегий приводит к политизации нейтрально-бытового дискурса, каковым можно считать репортажное описание спортивных, культурных или других связанных с обычной жизнью людей событий с места их непосредственного наблюдения. В результате применения таких приемов тексты, призванные информировать читателей об этих событиях, становятся инструментом идеологизации их сознания и оказывают воздействие на восприятие ими реальности. Стратегии подстройки нерелевантных смыслов, которые мы рассмотрели в данной статье, являются тонким инструментом манипулирования сознанием, поскольку позволяют автору текста формировать нужный ему фоновый контекст восприятия, вводя в повествование подобранную определенным образом информацию даже без использования эксплицитно-оценочной лексики, ярких метафор и других аксиологически коннотированных языковых средств.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: журналистика; медиалингвистика; медиадискурс; медиатексты; СМИ; средства массовой информации; британские СМИ; язык СМИ; политический дискурс; релевантность; нерелевантная информация; дискурсивные стратегии; манипулирование сознанием.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Цурикова Любовь Васильевна, доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой английской филологии, факультет романо-германской филологии, Воронежский государственный университет; 394006, Россия, г. Воронеж, пл. Ленина, 10; e-mail: lubov.tsurikova@gmail.com.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Степанищева Софья Алексеевна, аспирант кафедры английской филологии, Воронежский государственный университет; 394006, Россия, г. Воронеж, пл. Ленина, 10; e-mail: stepanischevasofi@gmail.com.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Цурикова, Л. В. Стратегии подстройки нерелевантной информации в дискурсе британских СМИ / Л. В. Цурикова, С. А. Степанищева // Политическая лингвистика. — 2021. — № 5 (89). — С. 98–107. — DOI 10.26170/1999-2629_2021_05_11.

В условиях современной информационно-цифровой эпохи, которую часто называют эпохой новых медиа (New Media Age), манипулирование информацией в медиaprостранстве представляет серьезную проблему, поскольку средства массовой информации и коммуникации, получившие статус «четвертой ветви власти», в настоящее время не только играют ведущую роль в освещении локальных и мировых событий, но и способны оказывать значительное влияние на их дальнейшее развитие. В связи с этим в последние годы в рамках самых раз-

ных научных дисциплин ведется множество исследований, направленных на изучение роли СМИ в управлении обществом и формировании общественного мнения, а также на выявление средств и способов, которыми пользуются СМИ для воздействия на общественное сознание. Эти проблемы рассматриваются в отечественных исследованиях с позиций социологии, социальной психологии, политологии (см.: [Доценко 1997; Кара-Мурза 2004; Зелинский 2008] и др.) и политической лингвистики — направления, заданного работами Е. И. Шейгал [Шейгал

© Цурикова Л. В., Степанищева С. А., 2021

2004], А. П. Чудинова [Чудинов 2006] и других авторов, которое сегодня оформилось в самостоятельную область исследований (см. подробный обзор проблематики отечественной политической лингвистики у А. П. Чудинова [Чудинов 2003]).

В последние десятилетия феномен манипулирования в медийном дискурсе привлекает особое внимание лингвистов и специалистов из смежных областей знания, где сформировались определенные подходы, направления и методы анализа используемых в СМИ приемов и техник речевого воздействия на аудиторию. В отечественном языкознании приемы языкового воздействия на общественное сознание традиционно изучаются с позиций системно-языкового подхода, в рамках которого инструменты языкового манипулирования группируются и описываются в соответствии с их принадлежностью к определенным уровням системы языка — таким образом выделяются фонетические, лексические, грамматические (морфологические и синтаксические), стилистические и тому подобные средства.

Начало системным исследованиям этого явления в зарубежной лингвистике положили работы по критическому анализу дискурса (Critical Discourse Analysis — CDA) Т. ван Дейка, Н. Фэркло, Р. Водак и публицистические работы Н. Хомского, в которых реализуется более широкий междисциплинарный подход к описанию дискурса, рассматриваемого как форма социального взаимодействия. В последние годы в рамках такого подхода в исследованиях манипулятивного воздействия СМИ все большее внимание уделяется изучению когнитивных и прагматических механизмов этого явления [Saussure 2005; van Dijk 2006; Scheufele, Tewksbury 2007; Maillat, Oswald 2009; van Dijk 2011; Maillat, Oswald 2011; Hart 2013], что отражает назревшую потребность в анализе глубинных процессов, связанных с существованием данного феномена в современном социуме, и более тонких инструментов его реализации.

В нашей работе мы рассматриваем один из таких инструментов и на примере дискурса британских СМИ описываем технологию его использования.

Британские средства массовой информации традиционно доминируют в мировом медиапространстве, задавая медийную повестку дня и претендуя на роль объективного и беспристрастного источника сведений о событиях, происходящих в мире. Однако внимательное наблюдение за тем, как освещаются в британских СМИ эти события, показывает, что очень часто читателю в них

представлена строго дозированная и отфильтрованная информация в интерпретации авторов издания, которая задает вектор восприятия и оценки описываемых фактов и явлений. Выявление в дискурсе СМИ стратегий подобного манипулирования информацией и описание алгоритмов их использования в условиях медийного противостояния, конкуренции и медийных войн является в настоящее время крайне востребованным и актуальным.

Наряду с такими свойствами, как идеологичность, экспрессивность, оценочность и информативность, манипулятивность всегда считалась неотъемлемым качеством текстов политического дискурса, однако в последнее время наблюдается четкая тенденция использования приемов манипулирования информацией и в других типах медийных текстов, посредством которых на аудиторию продолжает оказываться нужное идеологическое давление. В результате применения таких приемов при создании текстов, которые тематически не подразумевают манипулятивного воздействия на адресата, поскольку их основная цель заключается в информировании читателя, т. е. в изложении фактов и описании событий (например, тексты о спорте, погоде, культуре и т. д.), эти тексты часто становятся инструментом такого воздействия и влияют на формирование общей картины мира читателя.

В текстах британских СМИ широко используются самые разные и хорошо изученные приемы языкового воздействия на потребителя информации и управления процессом ее восприятия и обработки, при этом в современном англоязычном медийном пространстве постоянно вырабатываются и апробируются новые способы влияния на общество и индивида. Поскольку большинство из используемых СМИ стратегий воздействия — и хорошо известных, и появившихся в последнее время — являются имплицитными, возникает острая необходимость в более глубоком анализе механизмов их реализации.

В данной статье мы рассмотрим один из наиболее сложных для анализа и описания способ манипулирования информацией, часто используемый в британских СМИ, который связан с внедрением в текст публикации нерелевантной для заявленной темы информации, которая оказывает влияние на восприятие текста, частично меняя контекст этого восприятия. Материалом для исследования послужили публикации интернет-версии британской газеты «The Guardian», которые были размещены в разделах, не связанных с политической тематикой — основная выборка была получена из разделов *Sport* и *Travel*.

Одним из наиболее распространенных явлений в современном медиадискурсе можно назвать скрытое встраивание в содержание текста необходимых автору смыслов. В такой ситуации встраиваемые смыслы могут быть верны, но по отношению к основной теме текста они являются нерелевантными. Эти нерелевантные смыслы присоединяются к основным смыслам текста с помощью установления отношений когерентности общепринятыми средствами когезии и поэтому не выделяются на фоне текста как несоответствующие.

Согласно Д. Сперберу и Д. Уилсон, релевантность текста можно определить как теоретически полезное понятие или знание, помогающее восприятию каждого конкретного контекста (ср. также используемое Т. ван Дейком понятие *контекстная релевантность* (*contextual relevance*), которое противопоставляется понятию *текстовая/структурная релевантность* (*textual/structural relevance*) [van Dijk 1979]). Авторы предлагают опираться на «обыденно-языковое» понимание релевантности и для его описания используют такие понятия, как «когнитивный/контекстуальный эффект» и «когнитивные усилия» [Шпербер, Уилсон 1988: 212–218]. Интуитивные представления о релевантности они предлагают использовать в качестве отправной точки для научного анализа этого когнитивного феномена.

Так, следуя инференционной модели коммуникации, авторы теории релевантности рассматривают контекст не как постоянное текстовое окружение высказывания, а как меняющееся от сообщения к сообщению информационное пространство, объединяющее говорящего и адресата. Это пространство трактуется в самом широком смысле и включает фоновые (энциклопедические) знания коммуникантов, их языковые знания, а также данные, полученные ими при интерпретации предыдущих высказываний. Эти сведения образуют когнитивную среду (*cognitive environment*), в пространстве которой на базе поступающей информации участниками коммуникации осуществляются различные операции логического вывода, в результате чего достигается определенный *контекстуальный/когнитивный эффект* (*contextual/cognitive effect*), при этом *положительный когнитивный эффект* (*positive cognitive effect*) понимается как *верный вывод*, а информация, на основании которой он получен, трактуется как *релевантная*. В качестве других — не положительных — когнитивных эффектов рассматриваются такие когнитивные операции, как укрепление (*strengthening*), пересмотр (*revision*) или от-

каз (*abandonment*) от имеющихся предположений относительно интерпретации поступающих данных. Наиболее важным видом когнитивного эффекта считается *контекстуальная импликация* (*contextual implication*) и *импликатура* — заключение, выводимое дедуктивно из получаемой информации и контекста в их совокупности, но не по отдельности [Wilson, Sperber 2002: 251]. Анализируя механизмы и алгоритмы формирования выводного знания, Д. Уилсон и Д. Спербер приходят к выводу, что степень релевантности вводимой информации напрямую зависит от качества контекстуального эффекта и степени прилагаемых усилий по его получению: чем больше положительный контекстуальный эффект, тем больше релевантность поступившей информации, и чем меньше когнитивные усилия, затраченные на обработку поступившей информации, тем больше ее релевантность.

В соответствии с таким подходом релевантным можно считать текст с максимальным контекстуальным эффектом при минимальных когнитивных усилиях, затраченных на воспринимающим текст субъектом на установление связей между уже имеющимся у него знанием и сообщаемой в тексте новой информацией. Однако, как уже отмечалось ранее, иногда нерелевантные смыслы «маскируются» под релевантные для достижения нужного автору текста эффекта, так как интерпретация получаемого сообщения не сводится лишь к распознаванию эксплицитно выраженной информации, но требует и анализа импликатур, заложенных в текст публикации [Шпербер, Уилсон 1988: 222].

В рамках нашего исследования для разграничения релевантной и нерелевантной информации в анализируемых текстах в качестве первичного тематического ориентира мы рассматривали заголовок и лид («шапку», подзаголовок) статьи, поскольку традиционно особенностью этого заголовочного комплекса в информационно-публицистическом газетном тексте является его прямое соответствие вводимому им содержанию [Dor 2003] — именно заголовок заявляет об основной теме статьи, а лид представляет собой своего рода краткий обзор той информации, о которой далее в статье пойдет речь. Например:

It's -24C in Russia — but life goes on.

Moscow's trains are running, the airports are open and children are at school even though it's too cold to talk properly [The Guardian. 2.02.2010].

'Ros! Si! Ya!' Energised Russia is one nation under a World Cup chant

Expectations could barely have been lower for the World Cup hosts, but with qualification for the last 16 confirmed a wave of optimism is lighting up the nation [The Guardian. 20.06.2018].

Читатель выбирает для дальнейшего просмотра статью на основании ее заголовка и лида, предполагая, что далее в тексте будет более подробно и детально раскрыто заявленное в них содержание, а информация, соответствующая этому содержанию, будет восприниматься им как релевантная. Например:

It's -24C in Russia — but life goes on.

Moscow's trains are running, the airports are open and children are at school even though it's too cold to talk properly [The Guardian. 2.02.2010] — *While Britain was paralysed by 15cm of snow, Russia was today working normally. People travelling to offices and schools encountered no serious problems — despite the fact residents in Moscow woke up to -24C temperatures. On the streets, commuters muffled in large hats and fur coats strolled along the icy pavements. Moscow's major airports functioned without delay. The metro worked...*

Присутствие в тексте информации, тематически не связанной с тем, на что указывают заголовок и лид, можно рассматривать как отклонение от основного топика публикации, а саму эту информацию трактовать как нерелевантную, но намеренно включенную автором в повествование для появления у читателя определенного когнитивного эффекта. Так, например, в процитированной выше статье о морозах в России и о том, как жители Москвы справляются в быту с холодной погодой, в тексте внезапно появляется упоминание о ядерном оружии, демонстрируемом на параде 1 Мая в Советском Союзе, и о том, что мэр Москвы поддерживает власть и не является демократом:

*Russians, of course, are used to snow. Typically, it snows in Moscow from late October. It carries on snowing until March or April. It's even been known to snow in May. Spectators watching the traditional **Soviet Union victory parade** on 1 May sometimes watched **nuclear missiles roll past** with snow on them....*

*Moscow's **pro-Kremlin mayor**, Yuri Luzhkov, **may not be a democrat**, but he appears to know a thing or two about street-cleaning. The Russian capital has an army of snowploughs and snow-trucks — not to mention thousands of *dvorniki*, or street-cleaners, employed to clear snow from pavements and communal courtyards* [The Guardian. 2.02.2010].

Так как добавление в текст любых новых смыслов активизирует новую информацию в сознании человека и тем самым влияет на

контекст и восприятие текста в целом, то такие действия автора можно рассматривать как стратегии манипулирования информацией и ее восприятием: поскольку внешне нерелевантные смыслы не выделяются как нечто постороннее в тексте, это приводит к формированию у адресата нужной манипулятору картины описываемых событий.

Анализируя этот феномен, мы рассмотрели, каким образом нерелевантные смыслы бывают представлены в тексте, и обнаружили, что обычно они встраиваются в содержание текста путем целенаправленного объединения нерелевантной и релевантной информации в рамках одного высказывания или цепочки высказываний с использованием соответствующих средств когезии. Введение нерелевантной информации в текст при этом осуществляется различными способами, которые мы обозначили как *стратегии подстройки нерелевантных смыслов*. В ходе нашего исследования было выявлено несколько таких стратегий, которые мы рассмотрим подробно.

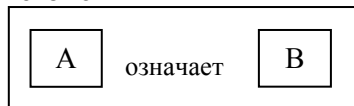
1.Толкование. Эту стратегию подстройки мы называем *толкованием*, так как в ее рамках компоненты нерелевантной информации используются для интерпретации или объяснения тематически релевантных компонентов текста. Это может быть толкование того или иного события, действия, объекта, ситуации и целого высказывания той или иной личности, например:

*The pedestrianised Nikolskaya Street, which connects Lubyanskaya Square, **home to the headquarters of the FSB security agency**, with Red Square, is adorned with twinkling lights and has become an unofficial gathering space for fans* [Russians enjoy dream World Cup opening] [The Guardian 15.06.2018].

*On the pitch the star was Denis Cheryshev, **Russia's least Russian player, the perestroika kid who grew up in Spain**, but who decorated this flag day in his nation's sporting history with two brilliant goals* [World Cup 2018. *Pomp, absurdity and goals galore get Russia's show off to a delirious start*] [The Guardian. 2.06.2018].

При применении этой стратегии тематически значимый элемент текста характеризуется при помощи привлечения информации, которая не относится к заявленной теме, но которую автор намеренно вводит в текст, связывая ее с топиком смысловыми отношениями и тем самым произвольно создавая новое контекстное окружение, которое задает читателю новый вектор интерпретации тематически релевантной информации. В приведенных примерах в рассказ о спортивных событиях и мероприятиях Кубка ми-

ра по футболу, проходившего в России в 2018 г., встраивается информация о советских реалиях времен холодной войны, не имеющая никакого отношения к теме мирового футбольного первенства. Применение этой стратегии можно представить следующей схемой:



где А — фрагмент тематически релевантной информации текста,

В — фрагмент тематически нерелевантной информации.

В тексте эта стратегия подстройки нерелевантных смыслов чаще всего реализуется при помощи пояснительных, уточняющих и присоединительных конструкций разного типа, позволяющих устанавливать в рамках одного или нескольких соседних высказываний прямую смысловую связь в виде отношений тождества между пропозициями, отражающими не связанные между собой фрагменты действительности, и тем самым формировать у читателя нужный автору когнитивный фон.

2. Косвенная референция. Данная стратегия подстройки направлена на формирование у адресата определенного, нужного автору текста отношения к описываемому объекту, факту, событию или действию. Для идентификации и характеристики выделяемого объекта это достигается при помощи использования в качестве оценочного предиката выражаемой пропозиции определенной референтной дескрипции, отсылающей к не релевантной для описываемой ситуации информации — таким образом обозначаемому объекту произвольно приписывается предполагаемый признак или качество указанного референта. При этом присутствие оценки в тексте может быть незаметно для адресата, она может быть не эксплицирована, но тем не менее исподволь внушаться адресату, например, когда на признак или качество указывает реляционный предикат:

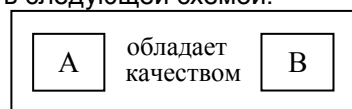
The biggest worldwide event held in Vladimir Putin's Russia began with a contest between the two worst teams in the competition on paper. But Russia, who were without a victory in seven games, exceeded expectations as they dismantled a hopeless Saudi Arabia defence to win 5-0 [Russians enjoy dream World Cup opening] [The Guardian 15.06.2018].

On the eve of Sunday's final the swanky Arbat embankment was buzzing. This is where FIFA based itself for Russia 2018, with an HQ at the Stalin-does-Disney Radisson Royal, the tallest hotel in the world when it opened in 1957, and host these days to its own fleet of

river yachts (Four weeks of endless drama in Russia has re-energised World Cup) [The Guardian. 17.06.2018].

В этих примерах, взятых из публикаций газеты «The Guardian», которые посвящены чемпионату мира по футболу 2018 г. и размещены в разделе «Sport», как и во многих других примерах из нашего корпуса, авторы статей при упоминании мест действия описываемых событий чемпионата используют для обозначения этих локаций имена Путина и Сталина, пытаясь вызвать у читателей определенные — скорее всего, негативные — ассоциации и прочно связать все российские реалии с этими именами, а также, часто используя их в одном контексте, связать сами эти имена друг с другом. Поскольку обычно адресат текста воспринимает заданную автором оценку на эмоциональном, суггестивном уровне, то при отсутствии эксплицитной оценки ему кажется, что он пришел к своему оценочному выводу самостоятельно. В соответствии с тем, какова эта оценка — положительная или отрицательная, — читатель станет относиться и к событиям, описываемым в данных текстах, и к информации о российских реалиях в других источниках. Таким образом, формирование нужной оценки у адресата играет огромную роль в его идеологической ориентации и во многом определяет, как он будет действовать в современном политическом контексте.

Применение данной стратегии подстройки нерелевантных смыслов можно представить следующей схемой:



где А — фрагмент тематически релевантной информации текста,

В — фрагмент тематически нерелевантной информации.

На языковом уровне эта стратегия обычно реализуется посредством лексических номинаций, созданных на базе политических антропонимов или топонимов, при упоминании которых в сознании реципиентов возникают стойкие ассоциации и активизируются определенные эмоции, в результате чего эти номинации приобретают четкие аксиологические коннотации. Например:

Before football comes home, it had to stop by the beach. Russia fans had one last chance on Sunday night to savour a squad that had already shattered all their expectations for this tournament. And they did it again in a bitter-sweet valedictory in Vladimir Putin's dream city by the sea [Blood, sweat and beers: Russia down but proud after World Cup exit] [The Guardian 8.07.2018].

Помимо имен политических лидеров, в таких номинациях используются и другие имена собственные, хорошо известные читательской аудитории из самых разных источников и имеющие уже сложившиеся коннотации, к которым автор текста апеллирует как к фоновым знаниям, например:

*Infantino popped up and burbled for a few moments with an empty air of munificence. Say what you like about Sepp Blatter but he made the **messianic football-Jesus-godfather shtick** work. Whereas Infantino, for all his **shimmering Darth Vader vestments**, still looks as though he's here on a jolly from the local paperclip salesman conference [World Cup 2018. Pomp, absurdity and goals galore get Russia's show off to a delirious start] [The Guardian 2.06.2018].*

Определенные референтные дескрипции, инкорпорирующие нерелевантные смыслы в структуру одного предложения, прочно связывают эти смыслы с релевантной для топика информацией. Они служат источником ярких политических метафор, которые направлены на создание у адресата нужного автору образа, оказывающего влияние на восприятие тематически значимой информации под заданным углом зрения.

3.Добавление как стратегия подстройки нерелевантных смыслов предполагает введение не относящейся к теме публикации информации либо в виде дополнительного высказывания, включенного в тематически целостный абзац, либо в виде части сложного предложения, соединенной с другими его частями связями разного вида. По нашим наблюдениям, этот достаточно прямолинейный способ включения в текст не соответствующей заявленной теме информации часто используется в англоязычных СМИ, например:

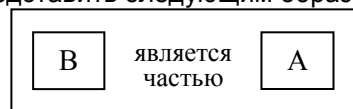
*Russia fans knew this was once in a lifetime. They were convinced that the Russia team were carried by strategy and heart over a Spain side that boasted more talent. "You were born to make fairytales a reality," the Russian banner unfurled by the fans at the match read. It paraphrased a Soviet march that was once the anthem of the anti-air defence forces. Fairytale was a good estimation of their odds. **Dmitry Medvedev was at the game; it's always a bad sign when he shows up instead of Vladimir Putin** [A wild night: Russia win and Moscow parties as never before] [The Guardian. 2.07.2018].*

Eight years and about £11bn has been spent preparing for football's showpiece** and inside the Luzhniki Stadium it felt as if organisers had struck the right note, with enthusiastic fans and well-drilled stewards. The result helped, too, with a fifth goal seconds before the final whistle **which had even Putin rolling

***back in his seat** and puffing his cheeks in disbelief. Given the enormous budget of this World Cup, the opening ceremony was a relatively low-key affair with the British pop star Williams a surprise headline act [Russians enjoy dream World Cup opening] [The Guardian. 15.06.2018].*

В первом из приведенных примеров к описанию неожиданной и невероятной победы сборной России над сборной Испании в конце абзаца внезапно добавляется информация о том, что на матче присутствовал Дмитрий Медведев, а также о том, что, когда он появляется вместо Владимира Путина, это плохой знак. Далее без всякой связи с этим высказыванием описываются празднования болельщиков. Во втором примере, взятом из текста, посвященного церемонии открытия чемпионата мира по футболу в Москве, часть предложения, содержащая информацию о количестве затраченных средств и времени, соединяется сочинительной связью с частью предложения, содержащей положительную оценку действий организаторов церемонии открытия на стадионе «Лужники», болельщиков и футбольных стюардов. Результат синтаксического равноправия этих высказываний оказывается двусмысленным: из сказанного не понятно, то ли 11 миллиардов фунтов стерлингов и восемь лет было потрачено на подготовку церемонии открытия, то ли эти средства и это время были использованы на подготовку всего чемпионата. В следующем предложении, описывающем пятый гол, забитый российской сборной в ворота соперника в матче накануне церемонии открытия, невероятность этого гола связывается с реакцией на него Путина, что оформляется в виде описательного атрибутивного придаточного предложения, вводимого союзом *which*, который тесно логически связывает эти разные по смыслу сообщения. Далее вновь идет описание церемонии открытия.

Схематически такую стратегию подстройки нерелевантных смыслов можно представить следующим образом:



где А — фрагмент тематически релевантной информации текста,

В — фрагмент тематически нерелевантной информации.

Применяя эту стратегию, при помощи различных форм когезии автор произвольно встраивает в текст тематически не связанную с ним информацию в виде развернутых сообщений — тем самым он пытается установить логико-семантические отношения включения и пересечения между добавляе-

мыми пропозициями и пропозициями предложений, выражающих основную тему текста. Тем не менее, несмотря на используемые когезивные средства, вводимые сообщения нарушают текущее тематическое развитие текста и его когерентность, поскольку не имеют с другими смысловыми элементами этого текста общих интегральных признаков. Возможно потому, что в англоязычном медиадискурсе данная стратегия воздействия на адресата для достижения нужного контекстуального/когнитивного эффекта используется гораздо чаще, чем в русскоязычных СМИ, переведенные на русский язык английские публицистические тексты иногда выглядят непоследовательными.

4. Комментирование. Эта стратегия подстройки нерелевантных смыслов является самым прямым и очевидным способом включения в текст нужной автору информации для воздействия на читателя и формирования у него определенной и однозначной позиции, например:

A commendably short opening ceremony played out like a homespun Saturday teatime TV oddity. And best of all a Russian team that had been written off by everyone with a biro and a scrap of paper to hand produced a powerful, convincing performance en route to a 5-0 thrashing of Saudi Arabia.

This match had been dubbed El Gasico by some, a reference to the fact these two nations host between them a quarter of the world's crude oil reserves. Perhaps something a bit darker — El Kalashniko? — might have been more apt given the distressingly tangled relations between these two energy caliphates, who are currently the best of frenemies, convivial sponsors of opposing sides in the Syrian war [World Cup 2018. Pomp, absurdity and goals galore get Russia's show off to a delirious start] [The Guardian. 2.06.2018].

At the Luzhniki on Wednesday afternoon, as a capacity crowd watched Portugal beat Morocco, there were loud cheers for Ronaldo's goal from one end but the loudest roar of all was a few minutes into the second half, when the inevitable chant of "Ros! Si! Ya!" went up from the locals sitting in all four sides of the stadium.

Over the past few years, patriotism in Russia has been divisive, with the chest-beating and flag-waving over the annexation of Crimea in 2014 making some of the liberal minority queasy about patriotism. Viktor Shenderovich, a Russian satirist and radio host who is strongly critical of the Kremlin, wrote on Facebook on Tuesday: "Great match, the lads were brilliant, we deserved victory. But then you listen to the patriotic hysteria on the state channels — 'WE DID

IT' — and you brain tells your heart: you've been used again. All very predictable."

But for many, the performance of the national team appears to have rehabilitated the flag, providing a form of patriotism the whole country can rally behind ['Ros! Si! Ya!' Energised Russia is one nation under a World Cup chant] [The Guardian. 20.06.2018].

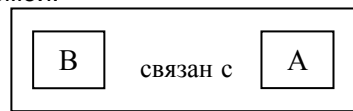
Как видно из приведенных примеров, в рамках данной стратегии авторы включают в текст целые абзацы пространных комментариев, не связанных с главной темой их публикаций (победа российской сборной и радость российских болельщиков), но прямо выражающих их отношение как к участникам чемпионата, так и к самой стране-хозяйке и вопросам ее внутренней и внешней политики. Эти абзацы линейно встраиваются в структуру повествования без всяких логических связей и переходов от одного пункта к другому, что подразумевает уместность их содержания в этих текстах-репортажах. Таким образом авторы открыто воздействуют на читательскую аудиторию, создавая однозначно негативный контекст восприятия тематически релевантной информации. Ср.:

Just 15 minutes before kick-off the Russian president was driven in a convoy of cars with blacked out windows into an underground space beneath the 81,000-seat stadium. Large swaths of the crowd burst into a spontaneous chant of "Vladimir, Vladimir".

When Russia won the right to host the World Cup eight years ago the Russian president possibly expected it to be an opportunity to ingratiate himself with the international community. The aims have changed drastically since then, with Russia's involvement in wars in Ukraine and Syria, allegations of meddling in foreign elections and one of the biggest doping scandals in sporting history. But it was clear this tournament will not harm his popularity in his own country.

Putin was joined in the VIP box by a host of lesser known world leaders including Shavkat Mirziyoyev, the president of Uzbekistan, Sooronbay Jeenbekov, the president of Kyrgyzstan, and Juan Carlos Varela, the president of Panama [Russians enjoy dream World Cup opening] [The Guardian. 15.06.2018].

Применение стратегии комментирования для введения в текст нерелевантной информации можно представить следующей схемой:



где А — фрагмент тематически релевантной информации текста,

В — фрагмент тематически нерелевантной информации.

Включаемые в текст комментарии, которые автор может представлять как дополнительное информационное сообщение, уже по самому подбору излагаемых в нем событий и фактов с акцентированием нужных автору явлений и умалчиванием о других явлениях из той же области или преуменьшением их значимости, создают определенный контекст восприятия для читателя. Кроме того, комментарии такого рода обычно являются аксиологически нагруженными, поскольку в них присутствует авторская оценка излагаемых фактов, которая эксплицитно или имплицитно выражается с помощью определенных языковых средств. Таким образом, на восприятие читателем сообщаемой информации авторский комментарий оказывает прямое давление и навязывает совершенно определенное отношение к описываемым событиям и их участникам. При этом оценка оказывается инкорпорированной в структуру информативных сообщений, становясь для читателя неотъемлемой частью описываемых фактов и событий. Именно так они обычно и воспринимаются аудиторией.

Использование всех описанных стратегий приводит к политизации нейтрально-бытового дискурса, каковым можно считать репортажное описание спортивных, культурных или других связанных с обычной жизнью людей событий с места их непосредственного наблюдения. В результате применения таких приемов тексты, призванные информировать читателей об этих событиях, становятся инструментом идеологизации их сознания и оказывают воздействие на восприятие ими реальности.

Стратегии подстройки нерелевантных смыслов, которые мы рассмотрели в данной статье, являются тонким инструментом манипулирования сознанием, поскольку они позволяют автору текста формировать нужный ему фоновый контекст восприятия, вводя в повествование подобранную определенным образом информацию даже без использования эксплицитно-оценочной лексики, ярких метафор и других аксиологически коннотированных языковых средств. В современном англоязычном медийном дискурсе такие способы воздействия на аудиторию получают все большее распространение, поэтому изучение механизмов их функционирования при создании и интерпретации текстов требует дальнейшего развития.

ИСТОЧНИКИ

1. Russians enjoy dream World Cup opening despite Robbie Williams' middle finger. — URL: <https://www.theguardian.com/>

football/2018/jun/14/russia-dream-world-cup-opening-robbie-williams-finger. — Text : electronic.

2. Pomp, absurdity and goals galore get Russia's show off to a delirious start. — URL: <https://www.theguardian.com/football/2018/jun/14/pomp-absurdity-goals-galore-russias-show-delirious-start>. — Text : electronic.

3. 'Ros! Si! Ya!' Energised Russia is one nation under a World Cup chant. — URL: <https://www.theguardian.com/football/2018/jun/20/world-cup-energised-russia-becomes-one-nation-under-a-chant>. — Text : electronic.

4. A wild night: Russia win and Moscow parties as never before. — URL: <https://www.theguardian.com/football/2018/jul/02/russia-win-moscow-parties-spain-world-cup>. — Text : electronic.

5. Four weeks of endless drama in Russia has re-energised World Cup. — URL: <https://www.theguardian.com/football/2018/jul/16/weeks-endless-drama-russia-re-energised-world-cup>. — Text : electronic.

6. It's -24C in Russia — but life goes on. — URL: <https://www.theguardian.com/world/>. — Text : electronic.

7. 2010/feb/02/snow-russia-weather. — Text : electronic.

8. Blood, sweat and beers: Russia down but proud after World Cup exit. — URL: <https://www.theguardian.com/football/2018/jul/08/russia-world-cup-exit-proud-croatia-penalties>. — Text : electronic.

ЛИТЕРАТУРА

9. Доценко, Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. — Москва : Изд-во МГУ, 1997. — 344 с. — Текст : непосредственный.

10. Зелинский, С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание / С. А. Зелинский. — Санкт-Петербург : Скифия, 2008. — 280 с. — Текст : непосредственный.

11. Кара-Мурза, С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. — Москва : Алгоритм, 2004. — 830 с. — Текст : непосредственный.

12. Чудинов, А. П. Политическая лингвистика : учеб. пособие / А. П. Чудинов. — Москва : Флинта : Наука, 2006. — 256 с. — Текст : непосредственный.

13. Чудинов, А. П. Российская политическая лингвистика: этапы становления и ведущие направления / А. П. Чудинов. — Текст : непосредственный // Вестник Воронежского государственного университета. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2003. — № 1. — С. 19—31.

14. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. — Москва : Гнозис, 2004. — 326 с. — Текст : непосредственный.

15. Шпербер, Д. Релевантность / Д. Шпербер, Д. Уилсон. — Текст : непосредственный // Новое в зарубежной лингвистике. — Москва : Прогресс, 1988. — Вып. 23 : Когнитивные аспекты языка. — С. 212—233.

16. Dijk, T. van. Discourse and Manipulation / T. van Dijk. — Text : unmediated // Discourse & Society. — 2006. — Vol. 17 (2). — P. 359—383.

17. Dijk, T. van. Discourse, knowledge, power and politics: Towards critical epistemic discourse analysis / T. van Dijk. — Text : unmediated // Critical Discourse Studies in Context and Cognition / C. Hart (ed.). — Amsterdam : John Benjamins Publishing, 2011. — P. 27—64.

18. Dijk, T. van. Relevance assignment in discourse comprehension / T. van Dijk. — Text : unmediated // Discourse Processes. — 1979. — Vol. 2. — P. 113—126.

19. Dor, D. On newspaper headlines as relevance optimizers / D. Dor. — Text : unmediated // Journal of Pragmatics. — 2003. — Vol. 35 (5). — P. 695—721.

20. Hart, C. Argumentation Meets Adapted Cognition: Manipulation in Media Discourse on Immigration / C. Hart. — Text : unmediated // Journal of Pragmatics. — 2013. — Vol. 59. — P. 200—209.

21. Maillat, D. Constraining Context: A Pragmatic Account of Cognitive Manipulation / D. Maillat, S. Oswald. — Text : unmediated // Critical Discourse Studies in Context and Cognition / C. Hart (ed.). — Amsterdam : John Benjamins Publishing, 2011. — P. 65—80.

22. Maillat, D. Defining Manipulative Discourse: The Pragmatics of Cognitive Illusions / D. Maillat, S. Oswald. — Text : un-


mediated // *International Review of Pragmatics*. — 2009. — Vol. 1 (2). — P. 348–370.

23. Saussure, L. Manipulation and cognitive pragmatics: Preliminary hypothesis / L. de Saussure. — Text : unmediated // *Manipulation and Ideologies in the Twentieth Century: Discourse, Language, Mind* / L. de Saussure, P. J. Schulz (eds.). — Amsterdam : John Benjamins Publishing, 2005. — P. 113–145.


24. Scheufele, D. A. Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models / D. A. Scheufele, D. Tewksbury. — Text : unmediated // *Journal of Communication*. — 2007. — Vol. 57. — P. 9–20.

25. Wilson, D. Relevance Theory / D. Wilson, D. Sperber. — Text : unmediated // *Handbook of Pragmatics* / L. Horn, G. Ward (eds.). — Oxford : Blackwell, 2002. — P. 249–287.

L. V. Tsurikova

Voronezh State University, Voronezh, Russia
ORCID ID: 0000-0003-0588-3837 

S. A. Stepanishcheva

Voronezh State University, Voronezh, Russia
ORCID ID: 0000-0003-0068-3342 

 **E-mail:** lubov.tsurikova@gmail.com; stepanishchevasofi@gmail.com.

Strategies of Incorporating Irrelevant Information in the UK Media Discourse

ABSTRACT. *This paper focuses on the subtle manipulation techniques widely used by the mainstream UK media to influence the readers' perceptions and attitudes towards the facts presented in their news reports. This is achieved through incorporating into the text the information that is not relevant to the outlined topic of the news story covered in the report. Taking a cognitive pragmatic approach to this phenomenon and relevance-theoretic account of communication (following Wilson, Sperber 2002), we propose that the adjustment of non-relevant information is carried out by such strategies, as explaining, indirectly referring/alluding, adding and commenting. To illustrate how these strategies are used in the discourse, we have analysed the news reports from the sections Sports and Travel of the UK newspaper The Guardian, where the inserted politically biased references force negative connotations on otherwise neutral texts and make the readers interpret the information presented there within a limited context, thus effectively politicising them.*

KEYWORDS: *journalism; media linguistics; media discourse; media texts; mass media; British mass media; mass media language; political discourse; relevance; irrelevant information; discursive strategies; manipulation of consciousness.*

AUTHOR'S INFORMATION: *Tsurikova Lyubov' Vasil'evna, Doctor of Philology, Professor, Head of Department of English Philology, Faculty of Romance and Germanic Philology, Voronezh State University, Voronezh, Russia.*

AUTHOR'S INFORMATION: *Stepanishcheva Sofya Alekseevna, Post-Graduate Student of Department of English Philology, Faculty of Romance and Germanic Philology, Voronezh State University, Voronezh, Russia.*

FOR CITATION: *Tsurikova, L. V. Strategies of Incorporating Irrelevant Information in the UK Media Discourse / L. V. Tsurikova, S. A. Stepanishcheva // Political Linguistics. — 2021. — No 5 (89). — P. 98–107. — DOI 10.26170/1999-2629_2021_05_11.*

MATERIALS

1. Russians enjoy dream World Cup opening despite Robbie Williams' middle finger. — URL: <https://www.theguardian.com/football/2018/jun/14/russia-dream-world-cup-opening-robbie-williams-finger>. — Text : electronic.

2. Pomp, absurdity and goals galore get Russia's show off to a delirious start. — URL: <https://www.theguardian.com/football/2018/jun/14/pomp-absurdity-goals-galore-russias-show-delirious-start>. — Text : electronic.

3. 'Ros! Si! Ya!' Energised Russia is one nation under a World Cup chant. — URL: <https://www.theguardian.com/football/2018/jun/20/world-cup-energised-russia-becomes-one-nation-under-a-chant>. — Text : electronic.

4. A wild night: Russia win and Moscow parties as never before. — URL: <https://www.theguardian.com/football/2018/jul/02/russia-win-moscow-parties-spain-world-cup>. — Text : electronic.

5. Four weeks of endless drama in Russia has re-energised World Cup. — URL: <https://www.theguardian.com/football/2018/jul/16/weeks-endless-drama-russia-re-energised-world-cup>. — Text : electronic.

6. It's -24C in Russia — but life goes on. — URL: <https://www.theguardian.com/world/>. — Text : electronic.

7. 2010/feb/02/snow-russia-weather. — Text : electronic.

8. Blood, sweat and beers: Russia down but proud after World Cup exit. — URL: <https://www.theguardian.com/football/2018/jul/08/russia-world-cup-exit-proud-croatia-penalties>. — Text : electronic.

REFERENCES

9. Dotsenko, E. L. Psychology of Manipulation: Phenomena, Mechanisms and Protection / E. L. Dotsenko. — Moscow : Publishing House of Moscow State University, 1997. — 344 p. —

Text : unmediated. [Psikhologiya manipulyatsii: fenomeny, mekhanizmy i zashchita / E. L. Dotsenko. — Moskva : Izd-vo MGU, 1997. — 344 s. — Tekst : neposredstvennyy]. — (In Rus.)

10. Zelinskiy, S. A. Information and Psychological Impact on Mass Consciousness / S. A. Zelinsky. — St. Petersburg : Scythia, 2008. — 280 p. — Text : unmediated. [Informatsionno-psikhologicheskoe vozdeystvie na massovoe soznanie / S. A. Zelinskiy. — Sankt-Peterburg : Skifiya, 2008. — 280 s. — Tekst : neposredstvennyy]. — (In Rus.)

11. Kara-Murza, S. G. Manipulation of Consciousness / S. G. Kara-Murza. — Moscow : Algorithm, 2004. — 830 p. — Text : unmediated. [Manipulyatsiya soznaniem / S. G. Kara-Murza. — Moskva : Algoritm, 2004. — 830 s. — Tekst : neposredstvennyy]. — (In Rus.)

12. Chudinov, A. P. Political Linguistics : textbook / A. P. Chudinov. — Moscow : Flinta : Nauka, 2006. — 256 p. — Text : unmediated. [Politicheskaya lingvistika : ucheb. posobie / A. P. Chudinov. — Moskva : Flinta : Nauka, 2006. — 256 s. — Tekst : neposredstvennyy]. — (In Rus.)

13. Chudinov, A. P. Russian Political Linguistics: Stages of Formation and Leading Directions / A. P. Chudinov. — Text : unmediated // *Bulletin of the Voronezh State University. Ser.: Linguistics and Intercultural Communication*. — 2003. — No. 1. — P. 19–31. [Rossiyskaya politicheskaya lingvistika: etapy stanovleniya i vedushchie napravleniya / A. P. Chudinov. — Tekst : neposredstvennyy // *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser.: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya*. — 2003. — № 1. — S. 19–31]. — (In Rus.)

14. Sheygal, E. I. Semiotics of Political Discourse / E. I. Sheygal. — Moscow : Gnosis, 2004. — 326 p. — Text : unmediated. [Semiotika

politicheskogo diskursa / E. I. Sheygal. — Moskva : Gnozis, 2004. — 326 s. — Tekst : neposredstvennyy]. — (In Rus.)

15. Shperber, D. Relevance / D. Sperber, D. Wilson. — Text : unmediated // *New in Foreign Linguistics*. — Moscow : Progress, 1988. — Iss. 23: Cognitive aspects of language. — P. 212—233. [Relevantnost' / D. Shperber, D. Uilson. — Tekst : neposredstvennyy // *Novoe v zarubezhnoy lingvistike*. — Moskva : Progress, 1988. — Vyp. 23 : Kognitivnye aspekty yazyka. — S. 212—233]. — (In Rus.)

16. Dijk, T. van. Discourse and Manipulation / T. van Dijk. — Text : unmediated // *Discourse & Society*. — 2006. — Vol. 17 (2). — P. 359—383.

17. Dijk, T. van. Discourse, knowledge, power and politics: Towards critical epistemic discourse analysis / T. van Dijk. — Text : unmediated // *Critical Discourse Studies in Context and Cognition* / C. Hart (ed.). — Amsterdam : John Benjamins Publishing, 2011. — P. 27—64.

18. Dijk, T. van. Relevance assignment in discourse comprehension / T. van Dijk. — Text : unmediated // *Discourse Processes*. — 1979. — Vol. 2. — P. 113—126.

19. Dor, D. On newspaper headlines as relevance optimizers / D. Dor. — Text : unmediated // *Journal of Pragmatics*. — 2003. — Vol. 35 (5). — P. 695—721.

20. Hart, C. Argumentation Meets Adapted Cognition: Manipulation in Media Discourse on Immigration / C. Hart. — Text : unmediated // *Journal of Pragmatics*. — 2013. — Vol. 59. — P. 200—209.

21. Maillat, D. Constraining Context: A Pragmatic Account of Cognitive Manipulation / D. Maillat, S. Oswald. — Text : unmediated // *Critical Discourse Studies in Context and Cognition* / C. Hart (ed.). — Amsterdam : John Benjamins Publishing, 2011. — P. 65—80.

22. Maillat, D. Defining Manipulative Discourse: The Pragmatics of Cognitive Illusions / D. Maillat, S. Oswald. — Text : unmediated // *International Review of Pragmatics*. — 2009. — Vol. 1 (2). — P. 348—370.

23. Saussure, L. Manipulation and cognitive pragmatics: Preliminary hypothesis / L. de Saussure. — Text : unmediated // *Manipulation and Ideologies in the Twentieth Century: Discourse, Language, Mind* / L. de Soussure, P. J. Schulz (eds.). — Amsterdam : John Benjamins Publishing, 2005. — P. 113—145.

24. Scheufele, D. A. Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models / D. A. Scheufele, D. Tewksbury. — Text : unmediated // *Journal of Communication*. — 2007. — Vol. 57. — P. 9—20.

25. Wilson, D. Relevance Theory / D. Wilson, D. Sperber. — Text : unmediated // *Handbook of Pragmatics* / L. Horn, G. Ward (eds.). — Oxford : Blackwell, 2002. — P. 249—287.