



Гергана Кушева

МАНИПУЛАТИВНИ ЕЗИКОВИ ПОХВАТИ, ИЗПОЛЗВАНИ
ПРИ СЪЗДАВАНЕТО НА ОБРАЗА НА БРИТАНСКИЯ ПОЛИТИК
В ТАБЛОИДИТЕ *THE SUN* И *THE DAILY MIRROR*

Gergana Kusheva

MANIPULATIVE LINGUISTIC DEVICES USED
IN THE CREATION OF THE IMAGE OF THE BRITISH POLITICIAN
IN *THE SUN* AND *THE DAILY MIRROR* TABLOIDS

Анотация: Докладът разглежда манипулативните езикови похвати, които таблоидите *The Sun* и *The Daily Mirror* използват при създаването на образа на британския политик. Анализирани са манипулативната употреба на собствени имена, несъответствието между заглавие и същински текст, както и употребата на чужда реч в текстовете за британските политици. Чрез използваните манипулативни похвати се уронва имиджът на политика и се постига „парасоциална връзка“ с читателя.

Ключови думи: таблоид, манипулативна стратегия, имидж, събитие, информация

Abstract: The paper presents the manipulative linguistic devices which the tabloids *The Sun* and *The Daily Mirror* use in the creation of the image of the British politician. The manipulative use of the proper names, the discrepancy between the real text and the headline, as well as the use of reported speech in the texts about British politicians are being analysed. The aim of the used manipulative devices is to derogate the reputation of the politician and to create a “parasocial interaction” with the reader.

Key words: tabloid, manipulative strategy, image, event, information

Характерна особеност на таблоидната преса е отсъствието или слабото отразяване на политически събития. Когато определено събитие, свързано с политически форум или даден политик, намери място на страниците на жълтите издания, то често е представено по манипулативен начин, внушаващ определено отношение към дадената личност.

Целта на настоящия доклад е да се представят манипулативните езикови похвати, използвани от ежедневните таблоиди *The Sun* и *The Daily Mirror* при създаване образа на британския политик.

Реализирането на тази цел е свързано със следните задачи:

1. да се анализира употребата на собствени имена на известни политици, които са използвани с цел манипулиране на адресата;
2. да се представят примерите на несъответствие между заглавие и същински текст, използвани със същата цел;
3. да се разгледа манипулативната употреба на чужда реч в ежедневните таблоидни издания, свързана със създаването на образа на британския политик.

Анализирани са 13 заглавия от двата таблоида, издадени в периода октомври – декември 2012 година.

Основните манипулативни похвати, които британските таблоидни издания използват при създаване на образа на британския политик, са: употреба на собствени имена, несъответствие между заглавие и същински текст и манипулативна употреба на чужда реч в същинския текст.

Според Риъ (Reah 1998: 56) основните форми на именуване в английския език са чрез употребата само на лично име, на съкратена форма на лично име, лично име и фамилия, обръщение и фамилно име, само обръщение, само фамилно име, прякор, официално обръщение и придобито име. Често в ежедневните таблоидни издания, освен стандартните начини за именуване на известни личности, откриваме и други нетипични начини на именуване, които се използват с манипулативна цел. Тези нестандартни похвати са: употреба само на лично име, съкратена форма на фамилно име и абривиатура на лично и фамилно име.

Употребата на лично име поставя именуваното лице в позиция, която е еднаква с тази на читателя, или дори в позиция, която е по-нисша от тази на адресата.

От британските политици, за които четем в ежедневните таблоиди, най-често само с личното си име присъства Ед Милибънд. Манипулативната употреба на личното му име е похват, използван с цел уронване имиджа на политика.

В статията, озаглавена „**Ed: I'm proud to be a wonk**” (*The Sun*, 01.10.12), в заглавния комплекс британският политик е назован само с личното му име, а в същинския текст изданието се обръща към политика чрез лично и фамилно име и чрез официалната форма „господин Милибънд”. В изречението, в което се споменават обтегнатите отношения между двамата братя Ед Милибънд и Дейвид Милибънд, братът на Ед Милибънд е назован с личното му име Дейвид. В брой от следващия ден откриваме статия, в която отново четем за британския политик – „**I am like you says geeky Ed**” (*The Sun*, 02.10.12). Още в първото изречение на същинския текст пред личното име на политика е използвано прилагателното име „wonky” – ‘колеблив, ненадежден’. Думата „wonk” присъства и в статията от изданието от предишния ден, като търсеният манипулативен ефект е създаване на негативен образ на политик, който не е способен да изпълнява своите задължения. В същинския текст политикът е означен иронично като „The labour boss” и като политик, който се опитва да „изчисти своя образ на грубиян”.

Тогавашият кмет на Лондон Борис Джонсън също е сред политиците, които таблоидите назовават само с личните им имена или чрез абривиатура на лично и фамилно име. И тук манипулативната употреба на лично име е свързана с негативно представяне на политика и подчертаване на враждата между него и министър-председателя Дейвид Камерън. В октомврийски брой на изданието *The Sun* четем следното заглавие: „**Boris snubbed PM's 5 invites**” (05.10.12). От текста става ясно, че кметът на Лондон е отхвърлил пет покани на министър-председателя на Обединеното кралство за гостуване в резиденцията му „Чекърс”. В средата на текста ироничното отношение към Борис Джонсън е ясно изразено посредством употребата на съкратената форма BoJo.

Акцент върху проблемните отношения между Дейвид Камерън и Борис Джонсън откриваме и в статия, която четем в *The Daily Mirror*. В статията, озаглавена „**Boris in air hubs blast**” (05.10.12), е представен конфликтът между кмета на Лондон и министър-председателя, свързан с предложението на Дейвид Камерън за увеличаване на капацитета на летищата. Борис Джонсън обвинява Дейвид Камерън, че бави проекта за разширяване на летищата. И тук кметът на Лондон е представен само с лично име в заглавието на текста, а в същинския текст се именува чрез лично име, фамилия и официално обръщение.

Друг политик, който присъства в заглавията на британските таблоиди с личното си име и който също се представя в конфликтни отношения с определени политици, е Кен Кларк: „**Ken goes soft again**” (*The Sun*, 15.10.12), „**Ken raps plans for EU ballot**” (*The Sun*, 09.10.12). В първия текст акцентът е върху неразбирателството между Кен Кларк и Крис Грейлинг по отношение на плановете за промяна на закона за самозащита при нападение с взлом. Във втория текст са представени гледните точки на Кен Кларк и Дъгълс Карсуел по отношение на референдума, добил днес популярност като Брекзит.

Тенденцията за акцентирание върху конфликтни отношения между британски политици откриваме и при представянето на образа на политика Джордж Озбърн. В ноемврийски брой на *The Daily Mirror* основното събитие е конфликтът между Джордж Озбърн и Лорд Хоуел по отношение на енергийната политика: „**George in „Wind farms war**” (15.11.12).

В заглавие от декемврийски брой на *The Sun* – „**George axes 3p fuel rise**” (05.12.12), политикът отново присъства само с личното си име, като статията принизява извършеното от него и отчетливо подчертава успеха на кампания за намаляване цената на горивото, иницизирана от самото таблоидно издание – „The Sun's keep it down campaign”.

Съкратената форма на фамилно име е друг често използван манипулативен похват от британската преса. Той се прилага най-често при именуването на британския политик Дейвид Камерън, като съкратената форма на именуване е *Sam*. Тази форма се среща както в статии, в които основното събитие е свързано с личния живот на политика, така и в статии, проследяващи политическата кариера на Дейвид Камерън. В зависимост от съдържанието, манипулативната цел е свързана с изграждане на негативен образ на политика, описване на конфликтни ситуации между двама политици или търсене на парасоциална връзка с читателя. По думите на Джайлз (Giles 2003: 188) при парасоциалната връзка аудиторията на дадена медия се отнася към лицата, представени в медията, като към хора, които познава. Пример за това откриваме в ноемврийски брой на *The Sun*. В статията, озаглавена „**Hero's girl plea to Sam**” (20.11.12), четем за писмо, написано от дъщерята на герой от военновъздушните сили, чийто баща е в затвора за притежание на незаконно оръжие. В писмото момичето моли министър-председателя да пусне баща му да се върне въкъси за Коледа.

Медийният текст е сложна съвкупност от различни компоненти, свързани с представянето на определена информация. Един от компонентите, които отразяват различни източници, свързани със събитията, е употребата на пряка и непряка реч в заглавията или в същинските текстове на таблоидните издания.

Според Флойд (Floyd 2000: 43), в новините много по-често четем за това, какво хората са казали, отколкото за това, какво са направили. Когато думите са на известни личности, един от критериите за превръщане на събитие в новина е налице и така интересът на читателите към дадения текст се засилва. Култард (Coulthard 1992: 70) посочва, че „в действителност обаче репортерите реконструират или променят истинското речево събитие ... като по този начин се намесват в представянето, защото не съществува дискурс, който да е неутрален”.

Неназовани източници на информация „се включват” често в текстовете за известни политици. В статията за политика Андрю Митчел – „**Pleb storm Mitchell will be no show**” (04.10.12), поместена в *The Daily Mirror*, четем за ситуация, в която политикът е обидил полицаи. Той е трябвало да напусне конференция на торите, за да не „поставя партията си в неудобно положение”. В същинския текст се използва минало неопределено време, при което акцентът е върху резултата от извършеното действие, без да става ясно кога точно е станало. Източникът на информация не е уточнен. Читателят разбира, че „a pal said: ‘Andrew has decided not to attend because he doesn't want to be a distraction’”. It is his decision and he has told the PM.” Макар че цитатът е изписан пунктуационно правилно, в него политикът е представен само с личното му име, а подобно фамилиарно отношение не може да присъства в официален източник на информация.

Анализираният похват може да бъде открит и в статия от изданието *The Sun*. В случая похватът е използван във връзка със съпругата на политика Ед Милибънд. Често таблоидните издания описват случки от живота на близките на известни политици, тъй като за читателя това е интересна информация. Статията привлича вниманието на читателя и поради факта, че в нея четем за кралицата. Статията е озаглавена „**Ed wife 'no' to queen dinner**” (03.11.2012). От същинския текст става ясно, че съпругата на Ед Милибънд – Джъстин Милибънд, е отказала обяд в Бъкингамския дворец, организиран от Кралицата в чест на президента на Индонезия. В текста се отбелязва, че отсъствието на съпругата на Ед Милибънд се е забелязало и поради факта, че съпругите на Дейвид Камерън и Джордж Озбърн са били на приема. Читателят трудно може да определи дали представената информация е достоверна, защото източниците на информацията не са назовани. В първото изречение на текста е използвана пасивната конструкция „it emerged yesterday”, а в последното изречение на статията източникът на информация е назован като „a spokesman said”.

Несъответствието между заглавие и същински текст е следващият от начините за манипулиране на читателя. Това е един от най-често срещаните начини за манипулиране на адресата, използвани в таблоидните издания. Често в заглавията на текстовете похватът се използва в комбинация с други манипулативни средства, като по този начин многократно се засилва сугестивният ефект на най-информативната част от текста. Основната цел на използваната техника е привличане на вниманието на читателя, създаване на атрактивен или сензационен текст. Тъй като много от читателите четат само заглавията на статиите, анализираният похват е силно продуктивен, тъй като манипулативният ефект често може да бъде разкрит само след прочита на същинския текст.

Описаната манипулативна стратегия се прилага в текстовете за известни политици чрез употребата на притежателни конструкции в заглавията на ежедневните таблоиди или чрез употреба на сегашно просто време.

В декемврийски брой на изданието *The Daily Mirror* четем статия за Ед Милибънд, озаглавена „**Ed’s Youth Club Law**” (29.12.12). Употребата на притежателната форма „Ed’s youth club” предполага съществуването на младежки клуб, който принадлежи на политика. След прочита на статията става ясно, че британският политик планира създаването на закон, с който ще се увеличи броят на младежките клубове и на дейности, извършвани там, с цел предотвратяване на престъпления. Чрез употребата на притежателна конструкция в заглавието на статията се постига сензационно звучене, чрез което изданието иска да привлече вниманието на читателите.

Манипулативната употреба на сегашно просто време е още един начин за постигане на несъответствие между заглавие и същински текст. Описаният похват откриваме в друго заглавие на същото издание. От статията, озаглавена „**Boris backs Cam**” (10.12.12), става ясно, че Борис Джонсън е упражнил натиск върху Дейвид Камерън, като е изказал предположението, че министър-председателят ще насрочи референдум за това дали Великобритания да остане в Европейския съюз. Употребата на сегашно просто време в заглавието на статията предполага обичайно повтарящо се действие. Събитията, описани в същинския текст, са свързани с евентуални бъдещи действия от страна на Дейвид Камерън. Чрез постигнатото по този начин несъответствие между заглавието и същинския текст изданието демонстрира фамилиарно отношение към двамата британски политици. Употребата на личното име на политика Борис Джонсън и на съкратена форма на фамилиарното име на Дейвид Камерън засилват търсения манипулативен ефект.

Основната конвертируема стойност за всичко е информацията, и тя изпълва битието ни чрез медии, комуникации и технологии (Лозанова 2016: 4). Често медиите, и в частност ежедневните таблоидни издания, представят информацията за известни политици по манипулативен начин, като целта е уронване имиджа на политика и създаване на парасоциална връзка с читателя. В търсене на информация за дадено събитие или личност читателят внимателно трябва да чете дадения текст и критично да възприема идеите и внушенията, които медията налага.

ЛИТЕРАТУРА

Лозанова 2016: Лозанова, Л. *Ценностите на учениците в медийното общество*. Шумен: Университетско издателство ШУ „Епископ Константин Преславски”. // **Lozanova 2016:** Lozanova, L. *Tsennostite na uchenitsite v mediynoto obshtestvo*. Shumen: Universitetsko izdatelstvo SHU „Episkop Konstantin Preslavski”.

Coulthard 1992: Coulthard, C. Reporting Speech in Narrative Discourse: Stylistic and ideological Implications. // <http://periodicos.ufsc.br> (05.01.2017)

Floyd 2000: Floyd, A. The Reporting Verbs and Bias in the Press. *Revista Alicantina de Estudios Ingleses*, 13, 43–52.

Giles 2003: Giles, D. *Media Psychology*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

Reah 1998: Reah, D. *The Language of Newspapers*. London and New York: Routledge.