

Известия Южного федерального университета.
Филологические науки. 2025. Том 29, № 4
ЯЗЫКОЗНАНИЕ

Научная статья

УДК 811.11

ББК 81.0

<https://doi.org/10.18522/1995-0640-2025-4-59-66>

МАНИПУЛЯТИВНАЯ ФУНКЦИЯ ПРОПОЗИЦИОНАЛЬНОГО СМЯГЧЕНИЯ В АМЕРИКАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Светлана Салаватовна Тахтарова, Артур Ринатович Мухаматшин

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. Американские медиаресурсы являются востребованным источником информации среди мировой аудитории, а их успешное воздействие во многом базируется на использовании манипуляции. Манипулятивные тактики могут репрезентироваться в политических медиа с помощью митигации. Исследуются митигативные средства, направленные на осуществление эффекта скрытого воздействия в американском политическом медиадискурсе. Обнаружено, что в большинстве случаев манипуляции через митигацию в статьях CNN и The New York Times воздействие на читателя достигается посредством модификации пропозиции. Это свидетельствует об актуальности изучения манипулятивной составляющей пропозиционного смягчения.

Ключевые слова: политический медиадискурс, манипуляция, языковое воздействие, митигация, речевая тактика, пропозиционное смягчение

Для цитирования: Тахтарова С. С., Мухаматшин А. Р. Манипулятивная функция пропозиционного смягчения в американском политическом медиадискурсе // Известия ЮФУ. Филол. науки. 2025. Т. 29, № 4. С. 59–66. <https://doi.org/10.18522/1995-0640-2025-4-59-66>

Original article

THE MANIPULATIVE FUNCTION OF PROPOSITIONAL MITIGATION IN AMERICAN POLITICAL MEDIA DISCOURSE

Svetlana S. Takhtarova, Artur R. Mukhamatshin

Kazan Federal University, Kazan, Russian Federation

Abstract. American media resources are a very popular source of information. They are actively used to learn about current events not only by US citizens, but also by many people around the world. The success of American media in terms of effectively forming the desired political picture in the mass consciousness is largely based on the regular use of manipulative technologies. This speaks to the relevance of studying the proposition modification as a possible method of hidden linguistic influence. To date, the manipulative function of mitigation, one of the varieties of which is propositional mitigation, has not been widely covered in the scientific community. Mitigation is usually characterized positively, as an important linguistic tool aimed at reducing communication risks and improving the quality of interaction. But we suppose it is possible to use mitigation with the intention of creating or strengthening the hidden influence effect within the political media space, which is characterized by a manipulative

component. In this context, the authors of news texts' appeal to propositional mitigation is of great interest. Using this makes it possible to express controversial judgments that do not have proper confirmation, while maintaining the recipient's trust at the same level. In most of the cases of manipulation through mitigation that we found in the CNN and New York Times articles, the impact on the reader was achieved through the using of a proposition modification.

Key words: *political media discourse, manipulation, linguistic influence, mitigation, speech tactics, propositional mitigation*

For citation: Takhtarova, S. S. and Mukhamatshin, A. R. (2025). The manipulative function of propositional mitigation in American political media discourse. *Proceedings of Southern Federal University. Philology*, vol. 29, no. 4, pp. 59-66. (In Russian). <https://doi.org/10.18522/1995-0640-2025-4-59-66>

Введение

Роль политического медиадискурса в современных реалиях трудно переоценить. Он служит важным источником информации, оказывающим существенное влияние на создание и поддержание картины политической действительности в массовом сознании. Так как значение мирового медиапространства в политическом противоборстве серьёзно возросло, следует констатировать увеличение влияния технологий внушения на формирование общественного сознания. Происходит создание специфического пространства потребителя контента. Такое информационное пространство включает в основном соответствующие характеру определённого дискурсивного пространства идеи и установки. Контент, который не соотносится с идеологической направленностью дискурса, присутствует в гораздо меньших объёмах или же полностью исключается. Эти явления имеют прямую связь с функционированием языка, чем обусловлена необходимость изучения дискурсивного пространства политических СМИ в разрезе лингвистики. Применение специфических языковых инструментов, как известно, позволяет адресанту не ограничиваться точным описанием объектов, явлений и событий реального мира, но ещё и влиять на восприятие адресатом действительности. Политикой создаётся особое языковое поле. Политическая реальность образуется в языковом пространстве и функционирует при помощи его использования. Соперничество в данной среде в большей степени отражено именно в области применения языка, поскольку каждая из конкурирующих сторон прилагает усилия для продвижения своего видения картины действительности [Харламова, 2016, с. 25].

В нашем исследовании акцентируется внимание на текстах американского политического медиадискурса. Несмотря на многополярность в мировой политике, медиаструктуры Соединённых Штатов Америки всё ещё оказывают серьёзное влияние на формирование повестки и господствующих трендов в глобальном информационном поле. Такое положение вещей в мировых медиа выступает свидетельством актуальности лингвистического исследования приёмов скрытого языкового воздействия, применяемых в новостных текстах с интенцией легитимизации в массовом сознании политического курса США.

Тексты на политическую тематику, публикуемые на наиболее влиятельных новостных ресурсах США, обычно ориентированы на отображение тех или иных событий и явлений в выгодном для политических и финансовых элит свете. Первопричиной этому служит то, что представители крупного бизнеса, тесно связанного с истеблишментом, являются собственниками медиаконгломератов. Так, высказывается мнение о существовании предвзятости, не связанной с симпатиями к либералам или консерваторам, а направленной

ной прежде всего на выражение интересов корпораций, владеющих большей частью этих СМИ [Herman, Chomsky, 1988]. Известный американский лингвист и философ Н. Хомский считает, что именно наиболее влиятельные СМИ в США определяют главную повестку дня: «Они делают это путём выбора тем, распределения проблем, акцентирования и постановки вопросов, фильтрации информации, ограничения дебатов определёнными условиями. Они определяют, отбирают, формируют, контролируют, ограничивают, чтобы служить интересам доминирующих, элитных слоёв общества» (здесь и далее перевод наш) [URL: <https://web.archive.org/web/20060721164116/http://www.chomsky.info/interviews/1992----02.htm>]. Тем самым сравнительно небольшое число медиаконгломератов оказывает значительное влияние на формирование и поддержание картины политической действительности как американских граждан, так и большого количества людей за пределами страны. Это позволяет характеризовать медиаконгломераты США как серьёзную силу, легитимизирующую экономические и политические амбиции американской элиты в мировом информационном пространстве.

CNN и The New York Times относятся к числу наиболее востребованных и финансируемых новостных ресурсов в США. CNN располагает наибольшей аудиторией в США, а на глобальном уровне, если рассматривать все англоязычные ресурсы, занимает второе место, уступая британской BBC World News. The New York Times – один из пользующихся наибольшим спросом медиаресурсов США. Для каждой из этих двух организаций, помимо обширной аудитории внутри страны и в мире, характерно большое число скандальных инцидентов. CNN часто критикуется общественностью за пристрастную оценку событий, продвижение официальной позиции властей США и использование новостных репортажей и статей в качестве орудий пропаганды. В связи с этим обрело широкую известность выражение «эффект CNN» – тенденциозное донесение информации с явным намерением адресанта внушить своё видение того или иного события.

Скандальная репутация The New York Times имеет ещё более долгую и внушительную историю. Н. Хомский назвал The New York Times важнейшим изданием в истории: «История – это то, что появляется в архивах The New York Times; место, куда люди пойдут, чтобы узнать о происходящем, – это The New York Times. Поэтому крайне важно формирование истории надлежащим образом, чтобы определенные вещи появлялись, а другие игнорировались, чтобы задавались определенные вопросы, а другие не упоминались, и чтобы проблемы были сформулированы в нужном виде. Итак, в чьих интересах формируется история? Ну, я думаю, на это не очень сложно ответить» [URL: <https://web.archive.org/web/20060721164116/http://www.chomsky.info/interviews/1992----02.htm>].

В данном исследовании оцениваем новостные статьи CNN и The New York Times на тему политики как материал, соответствующий заданной цели работы – выявление и классификация митигативных средств, направленных на осуществление эффекта скрытого воздействия в американском политическом медиадискурсе. Манипулятивная функция митигации, одной из разновидностей которой является пропозициональное смягчение, остается до настоящего времени недостаточно изученной в современной лингвистической науке, что также свидетельствует об актуальности и научной новизне настоящей работы.

При анализе митигаторов будем опираться на исследования, посвященные анализу коммуникативного смягчения в политическом дискурсе [Кара-

кулова, 2017; Труханова, 2021; Гунян, 2021]. Следует отметить научный труд Н. Д. Арутюновой, которой была проведена подробная классификация модусов, что также формирует теоретический базис нашей работы [Арутюнова, 1999]. В статье А. Б. Недзельской и О. О. Борискиной, посвящённой изучению осуществления скрытого воздействия в англоязычных медиа, представлен список манипулятивных стратегий и тактик, с высокой частотностью упоминающихся в исследованиях по данной теме [Недзельская, Борискина, 2021, с. 77]. Для лучшего понимания природы манипулятивного воздействия и его роли в пространстве СМИ изучались работы и других исследователей [Виноградова, 2010; Данилова, 2009; Ильичева, 2013; Кара-Мурза, 2015; Dice, 2017; Hergan, Chomsky, 1988].

В ходе исследования применялись методы анализа, системного подхода, дедукции, индукции, сплошной выборки, контекстуального анализа, контент-анализа, количественного подсчёта.

Исследование и его результаты

Для изучения пропозиционального смягчения необходимо чёткое понимание того, что представляет собой митигация (коммуникативное смягчение). Данная коммуникативная категория включает в себя прескрипции, установки и правила, определяемые стандартами вежливого общения и направленные на максимальное снижение коммуникативных рисков при интеракции. Для реализации смягчения при речевом взаимодействии используются митигативные стратегии и тактики, для которых характерна этнокультурная специфика [Тахтарова, 2010, с. 104]. Митигацию обычно характеризуют положительно, как важный языковой инструмент, способствующий снижению коммуникативных рисков и улучшению качества интеракции. Но мы считаем возможным применение митигации с интенцией создания или усиления эффекта скрытого воздействия в рамках политического медиапространства, для которого характерна манипулятивная составляющая.

Эффект митигации может достигаться адресантом при помощи варьирования пропозиции. Пропозициональное смягчение трактуется нами как модификация истинности вербализуемой в высказывании пропозиции. Для осуществления такого рода митигативного эффекта необходимо обращение к модусным или семантическим операторам. Использование модусной модификации пропозиции позволяет адресанту варьировать степень истинности передаваемого сообщения, создавая акцент на субъективном характере высказывания [Тахтарова, 2010, с. 131]. Так, к примеру, возможно задействование модуса полагания (*I think, I suppose/я думаю, я полагаю*), позволяющего сделать акцент на субъективности и возможной неточности мнения отправителя информации, или модуса допущения (*possibly, might, seem/возможно, может быть, кажется*), также дающего адресанту возможность выразить свою позицию, допуская её неточность и косвенно предполагая существование иной точки зрения в отношении объекта обсуждения [Арутюнова, 1999, с. 429]. Как показывает анализ фактического материала, в качестве пропозициональных митигаторов также применяются *at least, rather, quite, pretty, largely, hardly, can, may, could, likely, appear to, perhaps*.

При выборе пропозиционального смягчения автор сообщения, как правило, не преследует цель информировать реципиента с максимальной точностью. Данная разновидность митигации скорее направлена на стимуляцию у адресата положительного отношения к суждению и его автору. Такого рода смягчение даёт адресанту возможность выразить своё мнение в форме, допус-

кающей возможную неточность или даже ошибочность передаваемых сведений. Обращение к указанным языковым средствам, на наш взгляд, может позволить адресанту высказывать субъективные суждения, порой не выдерживающие фактологической проверки. При этом коммуникативные риски снижаются, и автор имеет возможность сохранить изначальный уровень доверия читателя/слушателя. Исходя из этого, можно предположить, что применение пропозиционального смягчения может создавать манипулятивный эффект в текстах политического медиадискурса.

Рассмотрим примеры использования пропозициональных митигаторов с манипулятивной функцией в статьях CNN и The New York Times.

*Unification with Taiwan is now described as “indispensable” for Xi’s key overarching policy goal of “the rejuvenation of the Chinese nation.” That **likely** means more tensions with democratic countries over Taiwan and an increased threat of Chinese invasion* [URL: <https://edition.cnn.com/2022/10/12/opinions/china-communist-party-congress-xi-power-johnson>] — «Объединение с Тайванем теперь рассматривается как „необходимое условие“ достижения главного политического устремления Си – „возрождения китайской нации“. Это, **скорее всего**, означает усиление напряжённости в отношениях с демократическими странами из-за Тайваня и возросшую угрозу китайского вторжения».

Этот фрагмент демонстрирует применение манипулятивной тактики создания образа врага через обращение к пропозициональному смягчению. Достижение манипулятивного эффекта осуществляется через введение модуса допущения *likely* (вероятно, скорее всего). Основную роль в формировании образа враждебной силы исполняют языковые единицы с ярким эмоциональным негативным окрасом. В данном фрагменте такую функцию реализуют существительные *threat* (угроза) и *invasion* (вторжение). Поскольку автор рассуждает в плоскости гипотетического и не может утверждать о возросшей угрозе вторжения с уверенностью, он прибегает к модификации пропозиции, которая снижает риск возникновения у читателя негативной реакции и придаёт воздействию более имплицитный характер, повышая манипулятивный потенциал сообщения.

*“The sense of being allied with Russia **can** embolden North Korea to become more aggressive toward South Korea,” Mr. Park said* [URL: <https://www.nytimes.com/2024/11/22/world/asia/russia-north-korea-missiles-troops.html?searchResultPosition=21>] — «„Чувство союзничества с Россией **может** подтолкнуть Северную Корею к большей агрессии по отношению к Южной Корее“, – сказал г-н Пак».

В этом примере пропозициональное смягчение реализуется через модальный митигатор *can* (может). Для формирования у читателя враждебного отношения к некоторому объекту и одобрения действий, направленных против этого объекта, необходимо употребление языковых единиц, подчёркивающих угрозу, исходящую от дискредитируемого явления. Здесь создание образа врага достигается в первую очередь благодаря использованию слова с явной негативной коннотацией *aggressive* (агрессивный). Митигатор при попытке создания образа враждебной силы, как правило, играет вспомогательную роль, позволяя снизить резкость утверждения, а также защитить автора и источник от нежелательной реакции адресата, сохранив его доверие на прежнем уровне.

*In his speech Thursday, Mr. Kim **seemed** skeptical about rekindling diplomatic ties with President-elect Donald J. Trump...* [URL: <https://www.nytimes.com/2024/10/16/world/asia/north-korea-ukraine-russia.html?searchResultPosi>

tion=19] – «В своем выступлении в четверг г-н Ким, **видимо**, скептически отнесся к возобновлению дипломатических отношений с избранным президентом Дональдом Трампом...»

В этом фрагменте статьи из The New York Times журналист применяет модификацию пропозиции для осуществления манипулятивной тактики намёка. Рассуждения в плоскости психологии, касающиеся личных мотивов, отношения политика к тем или иным событиям, дают широкий простор для манипуляции при соответствующих формулировках. В приведённом примере журналист продвигает идею о нежелании Ким Чен Ына сглаживать разногласия между США и КНДР дипломатическим путём в отличие от того, как это происходило в годы первого президентства Д. Трампа. В статье это объясняется возросшей воинственностью КНДР. Необходимо заметить, что журналист не может знать о личном отношении главы КНДР к перспективе развития событий в русле возобновления дипломатических отношений с США. По этой причине автор выражает своё мнение в более мягкой форме, применяя митигатор модуса допущения. Такая форма высказывания представляет собой попытку намекнуть читателю на, как полагает автор, воинственную позицию лидера КНДР и его нежелание договариваться с Трампом.

*But extensive interviews and research by The New York Times show that Tibetan children **appear to be** singled out by the Chinese authorities for enrollment in residential schools* [URL: <https://www.nytimes.com/interactive/2025/01/09/world/asia/tibet-china-boarding-schools.html>] – «Однако обширные интервью и исследования The New York Times показывают, что китайские власти, **похоже**, отдают тибетских детей в школы-интернаты».

Данный фрагмент демонстрирует реализацию манипулятивной тактики обличения. В тексте читателя предварительно информируют об официальной позиции властей КНР в отношении образовательной программы для тибетского населения: о возможности получения необходимых знаний китайского и тибетского языков, культурном просвещении и добровольной отправке детей в школы. Авторы статьи утверждают о проведении собственного расследования и делают попытку обличения. Они полагают, что эти учреждения являются школами-интернатами с суровыми условиями, в которые всех тибетских детей отправляют насильно. Подтвердить такую информацию со стопроцентной вероятностью не представляется возможным, поэтому обличающая формулировка журналиста включает модификацию пропозиции, позволяющую потенциально сгладить реакцию читателя в случае возможного недоверия столь резкой попытке разоблачения.

Таким образом, проведённый анализ американских новостных статей на политическую тематику позволяет утверждать, что средства пропозиционального смягчения демонстрируют достаточно высокую продуктивность при реализации манипулятивного воздействия в текстах CNN и The New York Times.

Заключение

Исходя из данных, полученных нами в результате анализа политических статей, можно сделать вывод о манипулятивном потенциале митигации, используемой в рамках американского политического медиадискурса. В текстах данного дискурсивного пространства, как правило, основной интенцией адресанта выступает продвижение идей, которые во множестве случаев не обладают должным фактологическим подкреплением, но нужны политическому журналисту для создания и поддержания желаемой картины происходящего. В рассмотренных статьях достаточно эффективно реализуется мани-

пулятивная составляющая коммуникативного смягчения, которую можно определить как весьма специфический, не всегда однозначно идентифицируемый вербальный инструмент для реализации имплицитного языкового воздействия. Пропозициональное смягчение, как показало проведенное исследование, может способствовать вербализации целого ряда манипулятивных тактик, основными из которых являются тактики предположения, намёка, анализа-минус, создания образа врага. Все вышеизложенное, на наш взгляд, свидетельствует об актуальности и перспективности исследований манипулятивной функции митигации.

Список источников

- Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. 896 с.
- Виноградова С. А. Политический медиадискурс как коммуникативное явление с манипулятивным потенциалом // Мир науки, культуры, образования. 2010. № 4-1 (23) С. 45–47.
- Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. М.: Добросвет, 2009. 234 с.
- Ильичева Ю. А. Речевое манипулирование в политическом тексте // Вестн. Санкт-Петербургского гос. ун-та. Язык и литература. 2013. № 4. С. 172–184.
- Каракулова С. Ш. Митигативные стратегии и тактики в политических интервью с германскими политиками : дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2017. 224 с.
- Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. Век XXI. М.: Алгоритм, 2015. 462 с.
- Недельская А. Б., Борискина О. О. Манипулятивные стратегии в англоязычном медиaprостранстве // Вестн. Воронежского гос. ун-та. Серия : Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2021. № 2. С. 73–82. <https://doi.org/10.17308/lic.2021.2/3417>
- Тахтарова С. С. Категория коммуникативного смягчения (когнитивно-дискурсивный и этнокультурный аспекты) : дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2010. 432 с.
- Труханова Д. С. Митигативные стратегии и тактики в современном российском парламентском дискурсе : дис. ... канд. филол. наук. М., 2021. 224 с.
- Тунян С. А. Языковые средства выражения митигации (на материале русского дипломатического дискурса) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ереван, 2021. 20 с.
- Харламова Т. В. Жизнь мифа в современном политическом медиадискурсе США и Великобритании // Медиалингвистика. 2016. № 4 (14). С. 25–35.
- Dice M. The True Story of Fake News: How Mainstream Media Manipulates Millions. San Diego: The Resistance Manifesto, 2017. 332 p.
- Herman E.S., Chomsky N. Manufacturing Consent, A Propaganda Model: excerpted from the book [Электронный ресурс]. Pantheon Books, 1988. URL: https://web.archive.org/web/20070314235027/http://www.thirdworldtraveler.com/Herman%20/Manufac_Consent_Prop_Model.html (дата обращения: 02.06.2025).

References

- Arutyunova, N. D. (1999). *Language and the world of man*. Moscow, Languages of Russian Culture, 896 p. (In Russian).
- Danilova, A. A. (2009). *Manipulation of words in the media*. Moscow, Kindlight, 234 p. (In Russian).
- Dice, M. (2017). *The True Story of Fake News: How Mainstream Media Manipulates Millions*. San Diego, The Resistance Manifesto, 332 p.
- Herman, E. S. and Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent, A Propaganda Model*: excerpted from the book. Pantheon Books. Available at: https://web.archive.org/web/20070314235027/http://www.thirdworldtraveler.com/Herman%20/Manufac_Consent_Prop_Model.html (accessed 2 June 2025).
- Ilyicheva, Yu. A. (2013). Speech manipulation in political text. *Bulletin of St. Petersburg University. Series. Language and Literature*, no. 4, pp. 172-184. (In Russian).

Karakulova, S. Sh. (2017). *Mitigative strategies and tactics in political interviews with German politicians*. Ph.D. thesis. Volgograd, 224 p. (In Russian).

Kara-Murza, S. G. (2015). *Manipulation of consciousness. The 21st century*. Moscow, Algorhythm, 462 p. (In Russian).

Kharlamova, T. V. (2016). The life of myth in contemporary political media discourse in the USA and Great Britain. *Medialinguistics*, no. 4, pp. 25-35. (In Russian).

Nedzelskaya, A. B. and Boriskina, O. O. (2021). Manipulative strategies in the English-Language media space. *Bulletin of Voronezh State University, Series: Linguistics and Intercultural Communication*, no. 2, pp. 73-82. (In Russian).

Takhtarova, S. S. (2010). *Category of communicative mitigation (cognitive-discursive and ethnocultural aspects)*. Ph.D. thesis. Volgograd, 432 p. (In Russian).

Trukhanova, D. S. (2021). *Mitigative strategies and tactics in modern Russian parliamentary discourse*. Ph.D. thesis. Moscow, 224 p. (In Russian).

Tunyan, S. A. (2021). *Linguistic means of expressing mitigation (based on Russian diplomatic discourse)*. Abstract of the Ph.D. thesis. Erevan, 20 p. (In Russian).

Vinogradova, S. A. (2010). Political media discourse as a communicative phenomenon with manipulative potential. *The World of Science, Culture, Education*, no. 4-1, pp. 45-47. (In Russian).

Сведения об авторах

Тахтарова Светлана Салаватовна – докт. филол. наук, профессор, SStakhtarova@kpfu.ru

Мухаматшин Артур Ринатович – аспирант, ARMukhamatshin@kpfu.ru

Information about the Authors

Svetlana S. Takhtarova – Ph.D. in Philology, professor, SStakhtarova@kpfu.ru

Artur R. Mukhamatshin – postgraduate student, ARMukhamatshin@kpfu.ru

Статья поступила в редакцию 21.08.2025; одобрена после рецензирования 18.09.2025; принята к публикации 18.09.2025.

The article was submitted 21.08.2025; approved after reviewing 18.09.2025; accepted for publication 18.09.2025.