

5. Боров Ю. Эстетика / Ю. Боров. Изд-е 4. – М.: Изд-во политической литературы, 1988. – 495 с.
6. Дмитриев А.В., Сычев А.А. Смех. Социофилософский анализ / А.В. Дмитриев, А.А. Сычев. – М.: Альфа-М, 2005. – 592 с.
7. Доронина С.В. Содержание и внутренняя форма русских игровых текстов: когнитивно-деятельностный аспект (на материале анекдотов и речевых шуток): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Барнаул, 2000. – 22 с.
8. Задорнов М. Язычник эры Водолея / М. Задорнов. – М.: АСТ.: Астрель, 2008. – 255 с.
9. Иванов В.М. Явление эквивокации в дискурсе анекдота в современном немецком языке: Автореф. дис. ... канд. филол. наук / В.М. Иванов. – Иркутск, 1999. – 18 с.
10. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: Автореф. дис. ... докт. филол. наук / О.С. Иссерс. – Екатеринбург, 1999. – 29 с.
11. Лендван Э. Прагмалингвистические механизмы современного русского анекдота: Автореф. дис. ... докт. филол. наук / Э. Лендван. – М., 2001. – 46 с.
12. Мокиенко В.М., Никитина Т.Г. Большой словарь русского жаргона / В.М. Мокиенко, В.М. Никитина. – СПб.: «Норинт», 2000. – 717 с. (БСЖ).
13. Московцев Н.Г., Шевченко С.М. Вашу мать, сэр! Иллюстрированный словарь-путеводитель по американскому сленгу. 2 – изд., доп. и пер. / Н.Г. Московцев, С.М. Шевченко. – СПб.: Питер, 2009. – 544 с.
14. Трегубова Л. Байки кремлевского диггера / Л. Трегубова. – М.: Ад Маргинем, 2003. – 382 с.
15. Хазагеров Г.Г. Политическая риторика / Г.Г. Хазагеров. – М.: Николо-Медиа, 2002. – 313 с.
16. Шмелева Е.Я., Шмелев А.Д. Рассказывание анекдота как жанр современной русской речи: проблемы вариантности / Е.Я. Шмелева, А.Д. Шмелев // Жанры речи. Сборник научных статей. – Саратов: Колледж, 1999. – С. 133-145.
17. Шмелева Е.Я., Шмелев А.Д. Русский анекдот. Текст и речевой жанр. – М.: Языки славянской культуры, 2002. – 143 с.

УДК 801.7

**Михайловская К.В.**  
Московский государственный  
областной университет

## КАТЕГОРИЯ ИДЕОЛОГИЧЕСКОЙ МОДАЛЬНОСТИ И ОСОБЕННОСТИ ЕЁ РЕАЛИЗАЦИИ В ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ\*

*Аннотация.* В статье анализируется идеологический компонент газетных сообщений и особенности его воздействия на читателя. В работе описаны методы текстовой обработки, применяемые при исследовании идеологического компонента общественно-политических текстов. Статья рассматривает основные источники формирования массового сознания и то, как язык СМИ помогает своей аудитории определить политические и культурные предпочтения.

*Ключевые слова:* идеология, массовое сознание, социальный класс, модальность, дискурсивный анализ, общественно-политический текст.

К. Mikhailovskaya

Moscow State Regional University

THE CATEGORY OF IDEOLOGICAL MODALITY AND PECULIARITIES OF ITS REALIZATION IN POLITICAL TEXTS

*Abstract.* The following article analyzes the ideological component of newspaper texts and some peculiarities of its influence on the reader. The work describes the methods of text processing applied at research of the ideological component in socio - po-

litical texts. The article considers the basic sources of formation of mass consciousness and the way the language of mass-media helps the audience to define it's political and cultural preferences.

*Key words:* ideology, mass consciousness, social class, modality, discourse analysis, political (общественно-политический текст).

При исследовании языка общественно-политических текстов необходимо, прежде всего, изучить их свойства, стилистику и все прочие факторы, оказывающие воздействие на массовое сознание. Данное исследование в рамках медиалингвистики даёт возможность рассмотреть тексты СМИ, выявить их свойства и способы воздействия на читателя.

Для более детального рассмотрения идеологически направленного текста массовой информации используются следующие методы текстовой обработки: 1) *метод дискурсивного анализа (discourse analysis)*, цель которого – выявление и объяснение связи власти, политики и языка, 2) *метод критической лингвистики (critical linguistics)* или *риторической критики*, цель которого – выявление идеологических ком-

\* © Михайловская К.В.

понентов газетного сообщения. Дискурсивный анализ демонстрирует, как язык СМИ помогает аудитории определить своё социальное положение, политические и культурные предпочтения; позволяет в потоке новостей разглядеть некоторые экстралингвистические факторы, выявить языковые закономерности в текстах газетных сообщений. «Каждый текст как часть соответствующей дискурсивной формации квалифицируется как социальное высказывание, как отражение надындивидуальной коллективной речевой практики. Дискурсивный анализ рассматривается как средство социально-исторической и идеологической реконструкции «духа времени», проникновения в глубинную структуру текста, его смысл» [Кожина 2006, 55].

Метод критической лингвистики анализировали многие лингвисты, изучавшие язык новостей. Среди них – Фоулер, Холл, Ходж, Кресс, ван Дейк и другие. **Критическая лингвистика (или риторическая критика)** [Добросклонская 2008, 40] позволяет внимательному читателю найти отражение общественного строя в языке газетных статей:

#### **Gordon Brown visits Afghanistan amid military criticism of Chilcot appearance**

*Gordon Brown visited British troops in Afghanistan today and pledged to provide them with all possible support and equipment as he faced criticism from senior military figures over his evidence at the Iraq war inquiry.*

*Haroon Siddique and agencies*

#### **Ministers rule out ban on BNP teachers**

*But inquiry is ordered into whether anti-racist measures are working adequately in private schools. Maurice Smith, former chief inspector of schools, says BNP members will not be banned from teaching.*

*Ministers have ruled out banning members of the British National party from the teaching profession, after an independent inquiry into racism in schools decided such a move would be disproportionate.*

*By Rachel Williams*

#### **BNP 'whites-only' membership rules outlawed**

*Judge agrees with human rights watchdog that British National party's rewritten criteria for joining are still racist.*

*The British National party was plunged into chaos yesterday, weeks before the general election, when a court ordered it to remove central beliefs and policies about race from its constitution.*

*In a landmark injunction at the Central London county court, a judge found that the BNP's membership policy remained discriminatory, even after a direct whites-only clause was removed last month.*

*By Peter Walker*

Как показывает анализ, приведённые статьи построены по единой модели, характерной для многих общественно-политических текстов. В них используется, в основном, нейтральная лексика, газетная терминология, имена собственные, числительные. На лексическом уровне тексты характеризуются наличием терминологической лексики – *military figures, anti-racist measures, chief inspector, watchdog, injunction*, – которая отражает действительность и придаёт ясность изложению. Официальность статьям придают канцеляризм – *faced criticism, ban, disproportionate, policies, outlawed*, присущие официально-деловому стилю, делающие новости строгими и точными. Текстам такого характера свойственно наличие идеологем – «слов, в значение которых входит идеологический компонент» [Чудинов 2007, 92]: *'whites-only' membership, human rights, discriminatory, racist*, – отражающих общественный строй государства. Актуальные проблемы, затронутые в статьях, вызывают у читателя интерес и передают «дух времени».

В современной литературе, рассматривающей вопросы независимости средств массовой информации, часто встречаются два основных мнения, одно из которых основано на радикальном подходе, другое – на либеральном. Первое состоит в том, что СМИ не могут рассматриваться как независимые институты, так как ими владеют частные лица, оказывающие давление при освещении той или иной информации, навязывающие свой способ мышления, как сильные группы в обществе. «Общая тенденция радикального направления в социологии прессы – доказать, что СМИ подвержены многостороннему контролю со стороны как господствующего класса в целом, так и отдельных его групп, причём этот контроль осуществляется сознательно и целенаправленно» [Бриггз 2005, 110].

Радикальная критика считает, что некогда независимые газеты («Четвёртая власть»), в конце 20 – начале 21 века стали гигантскими медиа-корпорациями, заинтересованными в проведении политики государства.

В Великобритании существует и «национальная пресса», которая берёт на себя функцию политического агитатора, придерживающегося

явно правых позиций. Так, британский исследователь Джеймс Курран говорит о том, что «в политическом отношении национальная пресса придерживается явно более правых позиций, нежели общество в целом, а в 20 веке на общенациональных выборах в 1997 году газеты поддерживали лейбористов в большей степени, чем их поддерживало общество в целом» [Бриггз 2005, 114]. У крупного бизнеса и коммерческих СМИ формируется единая позиция в налоговой, банковской, промышленной и внешней политике. Это объясняется тем, что СМИ в Великобритании находятся под контролем государства, так как являются частью крупных медийных компаний-корпораций, чьи интересы схожи с государственными и идеологическими приоритетами, продиктованными государственными деятелями.

Другое мнение, основанное на либеральном подходе – «Классическая либеральная теория стоит на том, что СМИ обеспечивают некое общественное пространство, в котором люди обмениваются информацией, и общество, следовательно, таким путём познаёт само себя» [Бриггз 2005, 83]. Таким образом, становится очевидным, что СМИ представляют точки зрения различных групп населения и в то же время являются инструментом «классового контроля», так как передают официальное мнение. Несмотря на очевидное давление со стороны владельцев газет, редакторов, экономических факторов, в газетах сохраняется свободное мнение и независимость, хотя каждый журналист в отдельности является лишь частью производственного процесса.

Именно средства массовой информации являются основным источником формирования массового сознания, а их язык представлен закодированной знаковой системой, воздействующей на людей и дающей им представление об окружающем мире. Угол подачи информации целиком зависит от политических взглядов издателей газеты и передаёт их идеологические настроения и взгляды.

Рассмотрим статью из газеты «Independent», посвящённую зимним Олимпийским играм в Ванкувере:

### **The Big Question: What lessons do the Vancouver Games offer for London 2012?**

*Why are we asking this now? The 2010 Winter Olympics, staged in Vancouver, Canada, have just ended, and the next Olympics, albeit a Summer Games, will be staged in London in two years' time, running from 27 July to 12 August 2012.*

*How positive for sport in Canada were the Games? A record-breaking triumph: Canada won 14 gold medals, a record for any nation at any single Winter Games, let alone for any host.*

*What can Great Britain learn from this? It can learn, or, more precisely, be reminded, that targeted funding is a good way to improve medal success. The funding of would-be British Olympians has been transformed by Lottery funding since the late 1990s. An influx of cash for elite performers helped Britain to win 11 gold medals (and 28 in total) at the Sydney Olympics of 2000, nine golds (amid 30 medals) in Athens in 2004, and then a massive 19 golds (among 47 medals) in Beijing in 2008. Britain finished fourth in the medals table, higher than expected, in Beijing.*

*So our government is helping to buy success for its home Games? Yes, and is not afraid to say so. A UK Sport spokesman told The Independent yesterday: "Part of hosting a successful Games is to be successful as a nation within them. UK Sport's remit is quite simple now: winning medals."*

*What about other lessons that Coe & co learned? They already knew the London Games (10,000 athletes) would be bigger than Vancouver's (2,500), and more expensive (about £9.3bn against £3.6bn), although security costs are the same (£600m). Coe said yesterday that what he had learned most of all was that local involvement and engagement is paramount.*

*By Nick Harris*

Данная статья представляет собой своего рода диалог (вопрос-ответ), эти эмоционально окрашенные конструкции позволяют журналисту привлечь читателя к размышлению. Автор передаёт информацию и, безусловно, воздействует на чувства читателей, стремится заинтересовать, например, риторическим вопросом, который может быть истолкован двояко: *So our government is helping to buy success for its home Games?* Журналист призывает гордиться своей страной: приводит факты и цифры – результаты предыдущих Олимпийских игр, пробуждает чувства патриотизма и единства в британцах. Воздействие на читателя осуществляется и при помощи слов оценочного характера: *record-breaking triumph, higher than expected, paramount*. Опираясь на документальные факты, автор создаёт аргументированный текст, приводя доводы и примеры. Всё выше перечисленное и позволяет говорить о наличии идеологического компонента в статье. Для выражения оценки в статье используются словосоче-

тания с политико-оценочными коннотациями, что является проявлением категории идеологической модальности. **Идеологическая модальность** – это «особый мировоззренческий оттенок, который передаётся с помощью различных языковых средств» [Добросклонская 2008, 59].

Понятие категории трактуется разными учёными неоднозначно. Одна из точек зрения предлагает: «Категория определяется учёными как предельно широкое понятие, в котором отображены общие и существенные свойства, признаки, связи и отношения предметов, явлений объективного мира» [Болотнова 2009, 158]. Поскольку «с помощью категории идеологической модальности из широкого спектра оценочных отношений выделяются те, которые строятся на основе определённых политических взглядов и идеологических ценностей» [Добросклонская 2008, 65], а для информационно-аналитического текста наличие оценочного компонента является основным, текст демонстрирует наличие различных языковых средств, способных отразить оценку и мнение. Отрицательные и положительные коннотации, слова с оценочным значением направлены на выражение мнения автора.

Категория идеологической модальности имеет сходное строение с универсальной модальностью и происходит от латинского «*способ*», «*мера*». В лингвистике принято различать *объективную* и *субъективную модальность* по типу отношения высказывания к действительности и отношения говорящего к предмету излагаемого. *Субъективная модальность* или *тональность* – «текстовая категория, в которой находит отражение эмоционально-волевая установка автора текста при достижении конкретной коммуникативной цели, психологическая позиция автора по отношению к излагаемому, а также к адресату и ситуации общения» [Кожина 2006, 549]. *Субъективная модальность* определяется «ценностными воззрениями автора и характером речевого взаимодействия» [Кожина 2006, 549]. Часто для достижения цели автор использует различные способы речевого воздействия, а именно тропы и фигуры, специальные приёмы выразительности и слова-интенсификаторы:

***Leaked email shows how BA strike union is campaigning for Labour***

*The union behind the British Airways strike is actively co-ordinating attempts to secure Gordon Brown another term as Prime Minister; a leaked email reveals.*

*The email, seen by the Daily Telegraph, is from Charlie Whelan, a long-time friend and ally of the Prime Minister; and it reveals the degree to which the union is helping Labour's election campaign.*

*In the memo, which was sent last month, Unite regional officers are instructed on how they should rally Labour support in the workplaces and get supporters to make 10 calls a day to Unite members encouraging them to vote.*

*Mr Whelan boasts that the union - which claims to have 2 million members - has been active in key marginal constituencies for the last year.*

*By Andrew Porter, James Kirkup*

Авторы статьи сообщают о новых подробностях предстоящей забастовки накануне выборов в Великобритании. Статья носит идеологический характер, представляет лейбористов не в лучшем свете в преддверии выборов, пытается склонить читателя на сторону консерваторов. Авторы вовлекают читателя в интригу: *leaked email shows, reveals, boasts*, – эти слова воздействуют на психологию читателя, призывают к оценке политических событий, происходящих в стране.

*Эмоционально-экспрессивная лексика* – одно из многочисленных языковых средств выражения субъективного авторского видения события, обладающее психологической значимостью речевого воздействия. Именно с помощью эмоционально-экспрессивной лексики выражаются различные политические взгляды, мнения и оценки.

Суть идеологической модальности состоит в разнообразии политических взглядов и ценностей определённых людей, имеющих возможность выразить своё мнение на страницах газет. Политико-идеологическая составляющая в основном присутствует в газетных текстах информационно-аналитического характера, так как в их основе лежит выражение оценки и мнения.

Определение идеологии было дано французским философом де Трасси в конце 18 века и определялось как «учение об идеях». Пройдя впоследствии длинный путь, термин «идеология» стал применяться к сложным и спорным процессам, происходящим в современном обществе. Термин неоднозначный, особенно в пределах исследования языка средств массовой информации. К понятию «идеология» относится определённый набор политических идеалов, навязываемых угнетённому обществу правящей верхушкой, отрицание и неповиновение которым приводит к наказанию или даже смерти. Сегодня идеология – это неотъемлемая часть нашей

жизни, так как представляет собой сложный инструмент анализа того, что происходит в нашем обществе, и того, какой предстаёт власть.

Обсуждая важные идеологические процессы, необходимо отметить их связь с семиотикой – наукой «об общих свойствах знаковых систем вообще, включающей в себя языкознание в той мере, в какой язык обладает семиологическими свойствами», то есть «служащей для различия, пригодной для указания различий между отдельными единицами языка и, таким образом, составляющей основу языкового выражения» [Ахманова 2007, 402]. Семиотика подчёркивает преобладание определённого набора знаков, принятых и понимаемых в определённом обществе, имеющим свои языковые нормы, общепринятые шаблоны для установления связи между властью и теми, кто властью не обладает. Таким образом, значения слов приобретают такую окраску, которая становится доступной для понимания широким кругом внутри одной социальной среды или общества. Семиотика объясняет, как идеология выражается в языке СМИ. Вследствие этого общество воспринимает политический язык как очевидное. Семиотика способна изменить природу значения и подчеркнуть социальную, а в конечном счёте, и политическую природу слова:

**Tories caught up in new immigration storm**

*Conservative leader and home affairs spokesman appear on leaflet saying 'floodgates' have been opened to immigrants.*

*David Cameron's Tories were accused last night of dog-whistle politics after the Conservative leader appeared on the front of flyers saying the floodgates had been opened to mass immigration. Critics say the flyers are alarmist and misleading because they imply limits could be imposed on entrants from EU countries such as Poland.*

*Last night, the party's frontbench was forced to distance itself from the hard-hitting material, which was put out under the name of Cameron's home affairs spokesman, Andrew Rosindell. It bears a picture of both men, says that immigration has caused a population explosion, and declares "we simply cannot go on like this".*

*The material came to light as Cameron prepared for a crucial speech to the Tory spring conference in Brighton today, at which he will try to reverse a slump in party morale caused by growing uncertainty over the party's direction and a fall in its opinion-poll ratings with just weeks to go before a*

*general election.*

*By Anushka Asthana and Toby Helm*

Приведённая статья затрагивает актуальную проблему (в области политики), с которой столкнулось британское общество. Общественно-политический текст ориентирован на массовую коммуникацию, так как данная информация является обсуждаемой и воздействует на читателей с целью формирования общественного мнения. Выражения *dog-whistle politics, hard-hitting material, slump in party morale, crucial speech* употреблены в тексте для выражения эмоциональной оценки. Статья характеризуется наличием идеологических компонентов, слов с определённой политической окраской: *conservative leader, immigrants, frontbench, opinion-poll ratings* и других, способствующих пониманию читателем смысла, закодированного автором. Благодаря идеологемам текст воспринимается «близким народу», доступным, что направлено на то, чтобы адресат отдал предпочтение той или иной политической партии. Идеологемы в тексте направлены на выражение сдержанной социальной оценочности и экспрессии текста.

Относительно языка средств массовой информации идеологию можно определить как систематизирование убеждений и их трактовку с определённого ракурса. Эта трактовка – сложная комбинация точек зрения различных институтов СМИ, господствующей власти и авторитетов, обладающая возможностью убеждать аудиторию таким образом, что всё происходящее выглядит естественным и производит сильное впечатление, убеждает принять предложенную точку зрения.

Важно понимать, что идеология – это не просто искажение информации, а её интерпретация современными СМИ, причём построенная таким образом, чтобы читатель легко узнал уже знакомые коммуникативные модели.

**ЛИТЕРАТУРА:**

- 1) Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – М.: КомКнига, 2007. – 576 с.
- 2) Болотнова Н.С. Филологический анализ текста. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 520 с.
- 3) Бриггз А., Колби П. Медиа: Введение. – М.: Юнити-Дана, 2005. – 550 с.
- 4) Добросклонская Т.Г. Язык средств массовой информации. – М.: КДУ, 2008. – 116 с.
- 5) Кожина М. Н. Стилистический энциклопедический словарь русского языка. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 696 с.
- 6) Смелкова З.С. Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 320 с.

- 7) Чудинов А.П. Политическая лингвистика. – М.: Флинта: Наука, 2007. – 256 с.
- 8) Conboy Martin. The Language of the News. Routledge, 2007. – 229 p.
- 9) Richardson, John E. Analysing Newspapers. An approach from critical discourse analysis. Palgrave Macmillan, 2007. – 268 p.

Электронные источники:

- 1) The Guardian Saturday 6 March 2010 guardian.co.uk
- 2) The Guardian, Friday 12 March 2010 guardian.co.uk
- 3) The Guardian, Saturday 13 March 2010 guardian.co.uk
- 4) The Independent, Tuesday, 2 March 2010
- 5) The Independent, 16 Mar 2010
- 6) The Observer, Sunday 28 February 2010

УДК 811.111:81'23

**Мушникова Е.А.**

Московский государственный  
областной университет

## СТАНОВЛЕНИЕ СИСТЕМЫ ФОНЕТИЧЕСКИХ СИМВОЛОВ\*

*Аннотация.* Данная статья посвящена возникновению английского фонетического алфавита и попыткам его усовершенствовать. В статье приведены результаты анализа фонетических символов, используемых в многочисленных современных словарях, выявлены различия в обозначениях. Систематизированы наиболее спорные случаи использования фонетических символов, рассмотрены типичные ошибки студентов при работе с фонетическим материалом.

*Ключевые слова:* фонетический символ, фонетический алфавит, международная фонетическая ассоциация, диакритический знак, транскрипция, фонетический словарь.

E. Mushnikova

Moscow State Regional University

### THE FORMATION OF THE SYSTEM OF PHONETIC SYMBOLS

*Abstract.* The article is devoted to the origin of phonetic alphabet and attempts to improve it. The analysis of phonetic symbols used in numerous modern dictionaries made it possible to reveal the discrepancy in signs. Most arguable moments in using phonetic symbols are viewed, typical mistakes of students while working at the phonetic material are analysed.

*Key words:* phonetic symbol, phonetic alphabet, international phonetic association, diacritical mark, transcription, phonetic dictionary.

В своё время великий английский драматург Бернард Шоу безуспешно боролся за упрощение английской орфографии. Он пытался продемонстрировать нелепость английского правописания

следующим образом: заменим букву «f» на «gh» – *laugh*, «i» на «o» – *women*, а сочетание «sh» заменим на «ti» – *nation*, тогда слово *fish* пришлось бы писать как... *ghoti*.

Со времени жизни и творчества Бернарда Шоу прошло немало лет, но существенных изменений в английской орфографии не произошло, прежде всего потому, что при изменении правописания пришлось бы переписать все книги и учебники, документы и архивы во многих странах мира, огромные текстовые массивы Интернета.

Изменений пока не произошло, в современном мире изучается традиционная английская орфография и фонетика. Современный английский язык включает в себя всего 26 букв и множество звуков. Все звуки надо как-то фиксировать в письменном виде, а затем еще и воспроизводить, то есть произносить. Для этого и был придуман **фонетический алфавит**. Звуки в нем обозначаются фонетическими символами, иначе называемыми знаками транскрипции.

Роль и значение фонетических символов достаточно часто отмечаются в методической литературе. Для английского языка, в котором сохраняется исторический принцип орфографии, в котором произношение слов существенно отличается от правописания, их значение особенно важно.

На ранней ступени развития английское правописание было «фонетическим». Существовал «фонетический алфавит», в котором количество символов гласных фонем в несколько раз превышало количество букв. Одна из схем фонетического алфавита представлена Майклом-Джоунзом. Символы гласных фонем сгруппированы в

\* © Мушникова Е.А.