

УДК 32

DOI:10.34670/AR.2023.42.16.046

Метафора как средство выражения манипулятивной интенции в английском политическом дискурсе

Кочетова Гульнара Рашитовна

Кандидат филологических наук,
доцент кафедры естественнонаучных и общетехнических дисциплин,
Уфимский университет науки и технологий,
Филиал в г. Кумертау,
453300, Российская Федерация, Кумертау, ул. Карла Маркса, 24;
e-mail: gulchik.k@mail.ru

Аннотация

В данной работе рассматриваются особенности употребления метафоры как средства выражения манипулятивной интенции в английском политическом дискурсе. Впервые семантический принцип классификации метафор как средства манипулятивного воздействия применяется к метафорам, функционирующим в текстотипах предвыборной агитационной речи. Цель исследования: выявление роли метафоры в различных политических речевых текстотипах, а также классификация видов метафоры (с семантической точки зрения) и их распределение по степени преобладания в тех или иных речевых текстотипах. Материалы и методы. Материал анализа – использование преимущественно английских сайтов и газет последних лет. В качестве методологических основ нашего исследования мы опирались на методы семиотики и теории речевых актов, а также использовали различные дефиниции метафоры как коммуникативного средства языка. Результаты. Областью практического применения результатов нашей работы мы полагаем все то же продуцирование политической метафоры в публичных текстах, но продуцирование более осознанное, полагающееся более на четкий расчет, нежели на интуицию, исходящее из наличествующего ясного представления о целях политической метафоры, о ее видах, о степени ее эффективности в различных ситуациях, о ее внутренней структуре и т.п. Выводы обусловлены тем, что именно метафоры в английском политическом дискурсе являются неотъемлемым и ярким элементом системы технологий речевого воздействия. Для исследования берутся речи политиков, потому что метафора наиболее применима и эффективна в предвыборной агитационной речи.

Для цитирования в научных исследованиях

Кочетова Г.Р. Метафора как средство выражения манипулятивной интенции в английском политическом дискурсе // Педагогический журнал. 2023. Т. 13. № 1А. С. 394-404. DOI:10.34670/AR.2023.42.16.046

Ключевые слова

Метафора, манипулятивная интенция, политический дискурс, манипуляция, политология.

Введение

Целью каждого осмысленного высказывания выступает оказание непосредственного воздействия на реципиента. Однако, в большинстве случаев, упомянутая выше цель далеко не всегда осознается субъектом речи, но это не касается и не относится к тем ситуациям, при которых осуществляется формирование политической речи. Пресса абсолютно во всех случаях выступает в качестве орудия воздействия на конечного читателя, а значит, она оказывает влияние и на формирование «общественного мнения» и на политическую ситуацию в целом. Даже «безобидная» и «желтая пресса» ставит определенную цель воздействия на будущего читателя при публикации той или иной информации (новости). В качестве результата может выступать смех, сексуальное возбуждение, чувство тревоги, и многие другие состояния эмоционального характера. В случае, когда речь идет о «серьезной» прессе (например, политические издания, социологические публикации, экономические новости), в качестве основной цели воздействия на читателя выступает формирование у него определенных политических пристрастий и соответствующего покупательского спроса.

Основная часть

В настоящее время прагматические задачи выступают в качестве одного из основных мотивов интенсификации проводимых исследований в сфере политического дискурса. В общем виде их представляется возможным обозначить в качестве проблемы оптимизации речевого воздействия на читающего.

Под феноменом речевого воздействия понимается довольно многообразное явление. В связи с этим описание определенных его аспектов подразумевает под собой экспликацию очерченных именно самим автором ограничений в проблематике. В рамках данной исследовательской работе нами будут рассмотрены политические метафоры в английском политическом дискурсе как неотъемлемого и при этом довольно яркого элемента системы технологий речевого влияния на читающего. В проведенном исследовании анализу подлежат именно речи политиков. Это обуславливается тем аспектом, что именно политическая метафора и технологии речевого воздействия в целом являются часто применяемыми и наиболее эффективными в области политического дискурса.

Сегодня СМИ выступают в качестве основного и наиболее эффективного инструмента, используемого, как при маркетинговых, так и политических манипуляциях. Под политической манипуляцией понимается довольно специфический вид речевого воздействия на человека. Его целью выступает внедрение в сознание читающего «объективной информации неявного», но при этом крайне желательного для отдельно взятых политических групп содержания так, чтобы у него сформировалось свое собственное мнение, которое будет максимально приближено к требуемому. В настоящее время в области разработки технологий политической манипуляции трудится достаточно большое количество людей различных сфер деятельности. Например, психологи, лингвисты, маркетологи, журналисты и многие другие. Сегодня разработанных технологий речевого воздействия в СМИ такое разнообразное количество, что они действительно могут влиять на поведение людей и причем довольно существенно, а также на исход результата политических выборов, на популярность отдельно взятого продукта или личности и т.д.

В современных условиях ожесточенной борьбы за политическую власть, действующие

политические деятели стремятся повысить собственные рейтинги популярности всеми существующими и доступными для этого способами и методами. В качестве одного из основных и часто применяемых инструментов в области достижения эпатажности собственной личности выступает яркая и выразительная речь, которая выстроена на довольно эффективном использовании исследуемой политической метафоры.

Роль метафоры в политической дискурсе является достаточно огромной. Присутствие метафоры дает возможность оживить официальный и «строгий» текст, кроме того метафоры «предоставляют возможность увидеть ярко, картинно представить себе отдельно взятое жизненное явление ... кидает свет на сущность этого жизненного явления, а также предоставляет возможность намного лучше понять, оценить и определить его» [Арутюнова, 1990, 134]. Следовательно, метафора привлекает и удерживает внимание со стороны читающего человека; насыщает текст довольно выразительными образами, которые способны достаточно длительное время сохраняться в памяти человека; оказывает непосредственное воздействие на ассоциативное мышление, выступая в виде одного из инструментов воздействия, а в некоторых случаях оказывает манипуляционное воздействие на сознание и мыслительный процесс в целом; выступает в качестве наиболее эффективного средства выражения личной позиции и точки зрения автора; представляется в виде уплотнителя публикуемой информации.

Метафора обладает уникальной способностью по влиянию на процесс принятия того или иного решения. Исследователи А.Н. Баранов и Е.Г. Казакевич подчеркивают, что «свойство метафор состоит в том, чтобы подсказывать, настраивать, а также направлять на нужный и соответствующий тип решения и поведения». По мнению упомянутых исследователей, когнитивная сила, имеющаяся у метафор, делает ее совершенно незаменимым инструментом в процессе поиска решений возникших критических и проблемных ситуаций: «Метафорическое мышление в политике выступает в качестве одного из основных признаков кризисного мышления, а также мышления в довольно сложной проблемной ситуации, разрешение которой требует существенных и больших усилий от когнитивной системы индивида по усвоению им новых получаемых знаний, а кроме того и их последующей эффективной переработке с целью формирования разнообразного и многочисленного количества вариантов действий и выбора наиболее верной альтернативы» [там же, 79].

Метафора представляет собой вездесущий принцип языка. В обыденной повседневной речи мы не сможем встретить даже трех предложений подряд, в которых не будут содержаться метафоры. Следует подчеркнуть, что в строгом, научном языке точных наук не представляется возможным обойтись без использования метафор. В исключительных случаях этого можно добиться, но довольно большими усилиями. Это связано с тем, что для того, чтобы избежать использования метафор, прежде всего, необходимо их обнаружить. При этом нужно иметь в виду, что метафоры, которые мы всячески избегаем, также направляют наше человеческое мышление, как и те метафоры, которые нами применяются.

Под политической метафорой понимается речевое воздействие, которое требуется для формирования у реципиента благоприятного или негативного мнения о той или иной политической ситуации или единице (например, политической партии) [Уилрайт, 1989].

Принимая во внимание все вышеуказанное, нераскрытым остается вопрос, для чего все-таки нужна и используется метафора. По мнению лингвистов, «...метафоризация существует как обычный творческий процесс познания человека, который объединяет в себе такие определенные понятия, которые позволяют человеку проникнуть в суть дела наиболее глубоко» [Степанов, 1966, 189]. «Под метафорой понимаются способы формирования значений, которые

крайне не достают языку» [Блумфилд, 1968, 233]. Посредством применения в своей речи метафоры, человек стремится придать ей более яркий окрас, и одновременно решает такую задачу, которая состоит в том, чтобы донести до читающего (собеседника) истинный смысл высказывания. Но случаются и такие ситуации, при которых метафора, как не способствует пониманию высказывания, так существенно и бездумно его усложняет. В связи с этим существует потребность в том, чтобы при использовании метафор соблюдать «золотую середину», поскольку языковое творчество, которое проявляется на уровне ассоциаций, рискует оказать излишне субъективным или чрезмерно «ярким».

Дискурс состоит из предложений или их отдельных фрагментов. Как показывает практика, содержание упомянутого дискурса, пусть не во всех случаях, но все же концентрируется вокруг «опорного» концепта, который при этом именуется в качестве «топика дискурса». Совокупность всех речевых актов, которые применяются в рамках политических дискурсов, а вместе с тем и с правилами публичной политики, формирует политический дискурс (от фр. *discours* – речь, выступление).

Как отметил исследователь Э. Косерниу, речь сама по себе уже является «политически нагруженной». Это обуславливается тем аспектом, что она выступает в качестве знака солидарности с иными членами современного общества, которые применяют аналогичный язык речи. В некоторых случаях говорят, что язык абсолютно всегда считался «главным фактором, необходимым для определения политического подавления, а также для экономической и социальной дискриминации» [Miles, 1995, 24].

Подчеркивается, что исследование политического дискурса лежит на пересечении довольно различных дисциплин и является связанным непосредственно с анализом формы, задач и содержания дискурса, который применяется в соответствующих ситуациях [García Santos, 1987, 89]. К одной из подобных дисциплин следует отнести политологическую филологию. Рассматриваемая дисциплина проводит исследование по соотношению свойств дискурса со следующими основными концептами: «власть», «воздействие» и «авторитет». Специалисты в области филологии рассматривают упомянутые выше факторы исключительно в непосредственной взаимосвязи с языковыми отличительными особенностями поведения отдельного говорящего человека и интерпретации его речи.

Следовательно, в рамках данного исследования нами было дано определение следующих понятий: «метафоры», «политические метафоры». Также нами был определен смысл и допустимость употребления метафоры во всевозможных видах дискурса, а вместе с тем определена причина, по которой метафоры применяются в дискурсе публичной политики. Под этой основной причиной понимается стремление политических субъектов оказывать непосредственное и существенное влияние на эмоциональную сферу каждого реципиента. Как показывает практика, именно эмоциональное состояние превалирует над рациональным состоянием у преимущественного большинства потенциальных реципиентов, ведь именно эмоциями большая часть людей руководствует в рамках, например, политических выборов.

Таким образом, метафора выступает в качестве средства привлечения внимания со стороны потенциальных избирателей. Роль метафоры в рамках политической коммуникации никаким образом не ограничивается исключительно художественной стороной. Подчеркивается, что метафора достаточно активно применяется в рамках формирования картины мира с точки зрения политики. При этом она применяется настолько эффективно, что ее непосредственное присутствие, является совершенно незаметным для массового потребителя. В результате это предоставляет возможность воздействовать как на сознание массового потребителя в целом, так

и на различные бессознательные элементы его психики.

Материалы и методы

Материалом исследования послужили текстотипы предвыборных агитационных речей с сайтов [David Cameron's speech in full, [www](http://www.cheesman.com); Cheesman, 2014; Bulley, 2014] видных политиков, принадлежащих к консервативной партии. В рамках проводимого исследования нами были выделены такие группы метафор, которые функционируют в рамках английского политического дискурса с наибольшей частотностью употребления: пространственные; метафоры пути и движения; артефактные; фитонимические; военные; этноспецифические; технические; медицинские.

Пространственные метафоры

По мнению исследователя В.Н. Телия, пространственные координаты осмысливают в качестве высокого или низкого в отдельном человеке то, что впереди им осознается как будущее, а то, что осталось позади – осознается как прошлое. Стоит отметить, что проявление благородного начала обозначается при помощи использования такого прилагательного, как высокий (высокие чувства; англ. яз. – high aims), в то время как отрицательные замыслы человека обозначаются при помощи использования такого прилагательного, как низкий (низкие мысли; англ. яз. – low tricks); ориентация вправо обозначается как правда (праведный; англ. яз. – right roads); верх, в свою очередь, воспринимается в качестве кульминации отдельного состояния (to be/sit on top of the world), а низ воспринимается в качестве символического пространства (to be at the bottom of the class) [Блумфилд, 1968, 173]. Подчеркивается, что пространственные метафоры базируются, как на физическом опыте, так и на имеющемся культурно опыте человека.

При всем при этом, в качестве показателей пространственной языковой метафоры выступают лексемы, например:

а) “After years of criticism from healthcare professionals, opposition Assembly Members, Labour MPs and, above all, Welsh patients languishing in pain on Labour's waiting lists, Rhodri Morgan finally caved into pressure and sacked Jane Hutt as Health Minister”.

б) "And above all we've got to join up our thinking, balancing the often contradictory demands of economic, social and environmental progress... But if you think about it, it's not really that surprising for a Conservative politician to have pushed the environment so high up the political agenda. "

В представленных выше примерах, представление высоты и верха в особенности подчеркивает неоспоримую значимость тех позиций, которые были заявлены со стороны манипуляторов.

Далее рассмотрим метафоры пространственной ориентации типа «верх-низ», которые подчеркивают позицию, место рассматриваемого продуцентом – политиком вопроса:

в) "At the core of this debate lies the continuing need to successfully tackle the growing issues surrounding climate change. The Welsh Conservatives recognise the responsibility that faces us to make good, right decisions now for the benefit of this and future generations, and that is why the environment is at the very top of our agenda.

г) “BOTTOM-UP, NOT TOP-DOWN CHANGE. But there's an even more profound way we'll be different to Labour. Different in our whole philosophy of government.”

д) “I know that Britain is today lagging behind many other countries in our response to climate change.”

Подчеркивается, что в антропоцентрической системе координат «наивной картины мира» пребывание «впереди» практически во всех случаях воспринимается с точки зрения позиции победителя. Положение «позади всех» при этом, воспринимается в качестве, например, проигравшего или отстающего. Согласно представленному примеру (д), можно сказать, что посредством отрицательного представления (демонстрации) общего состояния государства при работе действующей партии, продюцент затрагивает национальную гордость, поскольку она выступает в качестве наиболее уязвимой мишени манипуляции.

е) “In the case of Bosnia, the military force there is now only 2,500 strong, of which only 580 are frontline troops. They are backed up by an 'over the horizon' NATO operational reserve of some 3,000 thousand troops.”

Обычно мы смотрим туда, куда движемся (вперед, вдаль). Когда объект приближается к человеку, объект кажется больше, поскольку поверхность земли воспринимается как неподвижная, то с позиции наблюдателя верхняя часть объекта при перемещении как бы движется вверх, это видно на данном примере.

Метафоры пути и движения

Рассматриваемый тип метафоры относится к числу пространственных. Однако тот образ, который создается ими, является более динамичным в сопоставлении со статическим представлением антропоцентрической «системы координат». Используя в своей речи образы пути и дороги, продюцент в большинстве случаев рисует себя и своих сторонников как неких лидеров, которые достаточно уверено и твердо идут в правильно выбранном направлении. А оппоненты, в свою очередь, напротив, представляются в виде путников, которые устали, обессилили и потеряли верный путь и направление, поэтому они не способны вести за собой свой народ туда, куда действительно нужно.

а) “From state control to social responsibility. From bureaucratic accountability to democratic accountability. From government to people. That's the direction of travel in the 21st century and that's the way I want to take our country.”

В представленном выше примере, продюцент четко видит свою цель, он поясняет ход своего решения, он точно уверен в своем направлении. Продюцент предстает в образе лидера.

б) “English votes for English issues alone will not answer the West Lothian question; the UK Government must also look at the prospect of electoral parity between English and Welsh constituencies—or, certainly, it should start moving in that direction.”

в) “So, we continue to urge the Commission President to keep up the pace on reform. And, we urge national governments to take heed of the reasons for the failure of Lisbon in its first five years.”

г) “We know what the problem is. It's families and be clear: there are single parents, divorced parents, widows – all working hard to keep their families together, to keep their children on track. The modern Conservative Party is the party of families, and we need to support them all.”

Артефактные (бытовые) метафоры

В некоторых случаях для формирования необходимых ассоциаций, продюцент использует соответствующую симплификацию образа, который выводит его в сферу наиболее обыденного и привычного для «простых граждан», поскольку именно они выступают в качестве реципиентов манипулятивного сообщения политика-продюцента. Как показывает практика, в виде упомянутой сферы выступает именно сфера повседневного быта. К примеру, на первый взгляд довольно простой образ, но он демонстрирует вовсе не простые проблемы, чем достигает своей соответствующей ассоциативной цели, а также и нужного эффекта прелокутивного характера. Зачастую, подобные образы причисляются к следующим бытовым серам:

строительная, кулинарная и т.д. Например:

а) "We will only achieve radical progress on the environment if environmental progress is right at the heart of our vision for the future. It's no use trying to put a green icing on the same old cake. Environmental issues must be a key ingredient, alongside economic and social concerns."

б) "Extended flexible working in the fight for equal pay and a better family life. For we know it is the family, not the state, that brings up our children, and forms the building blocks of our communities."

в) "Why is south-east Wales still blighted by crime and anti-social behaviour? Why is it that Wales still does not have an adequate transport infrastructure -the key to a vibrant economy, wealth and opportunity - that enables people to choose where they live, work and are educated?"

г) "The fact is, custody should represent an opportunity for changing lives for the better. But at the moment, too often, it's just a social dustbin."

В данном примере (г) продуцент-политик говорит об изменениях в жизни, которые должны быть направлены в лучшую сторону со стороны охраны по окружающей среде. Однако, никаких изменений нет, поэтому он ассоциирует их с «общественным мусорным ящиком», что более понятно «простому народу».

д) "There is not going to be some magic pot of money waiting for us when the next Conservative government is elected. So we need to get used to saying "no" more often than "yes."

Здесь мы видим простой образ «волшебный горшочек денег», который очень часто употребляется в повседневной жизни. Употребляя данное выражение, продуцент-манипулятор достиг своей ассоциативной цели.

е) There is also growing sense that the coalition is seeking to draw a 'slate curtain' between Wales and England.

В данном примере политический деятель, используя общеупотребительное выражение, говорит о разногласии и несхожих решениях двух стран.

Фитонимические метафоры

Образ растений играет довольно важную и существенную роль в представлении «наивной картины мира» человека. Так, расцвет ассоциируется у человека с периодом наибольшей активности, в то время как увядание – с приближающимся концом чего-либо, «сажать семена» ассоциируются с тем, что начинается какое-то новое дело, а «пожинать плоды» ассоциируются с получением соответствующих результатов от реализации какой-либо деятельности. Рассматриваемый тип метафоры, как показывает практика, достаточно часто применяется продуцентами текстотипа предвыборной агитационной речи для того, чтобы должным образом охарактеризовать собственную деятельность и деятельность своих оппонентов. Например:

а) "Once again, with such an explosion of knowledge and learning, and so many students working so hard we really could be enjoying a great flowering of education."

б) "We want to create incentives for social and environmental growth, as well as economic growth. We want to remove the barriers that hold people and organisations back from prioritising the things that really matter for the long term."

в) "The way we have sowed these seeds of change for long-term growth of the Party in Wales has already yielded results. We are leading the agenda on major issues like public services, the environment, the Welsh language and the economy."

Как раз в данном примере продуцент использует такое выражение как «сажать, сеять семена», тем самым он подчеркивает, что дело, которое было начато, дало положительные результаты.

г) “Likewise there is no point cultivating greater sympathy and understanding for women if the laws aren't there to back them up.”

В данном примере (г), слово «культивировать, выращивать» подразумевает собой «начинать рассматривать», и оно также связано с образом растений.

Военные метафоры

Суть рассматриваемой метафоры состоит в том, чтобы понять и пережить сущность (thing) одного вида в терминах сущности совершенно иного вида. Однако это никак не означает, что споры являются одной из разновидностей войн. Споры и войны являются совершенно разными сущностями: вербальный дискурс, вооруженный конфликт и совершаемые ими действия считаются абсолютно разными видами деятельности. Однако, зачастую, люди структурируют, понимают и говорят о том или ином споре в понятиях войны.

Это обычный способ проведения и обсуждения спора. Для продуцента естественно говорить об атаке позиции, используя выражение *attack a position* («атаковать позицию»). Конвенциональный способ обсуждения спора предполагает использование метафоры, которую продуцент вряд ли осознает. Метафора не только в словах, которые продуцент использует, она в понятии спора. Язык спора – не поэтический, причудливый или риторический; он – буквальный.

Продуцент не просто говорит о спорах в терминах войны: он действительно может выиграть или проиграть спор. Продуцент рассматривает оппонента, как противника. Он атакует его позиции и при этом защищает свои собственные. Продуцент побеждает или проигрывает. Он разрабатывает и использует стратегии. Если он обнаруживает, что позицию невозможно защитить, он может покинуть ее и занять новую позицию для атаки. Множество вещей, которые продуцент совершает в споре, частично структурированы концептом войны. Несмотря на то, что фактического сражения не происходит, наблюдается словесное противостояние, а структура спора напрямую это отражает [Lakoff, www].

а) “He attacked every weak point in my argument.”

б) “His criticisms were tight on target.”

в) “I've never won an argument with him.”

г) “If you use this strategy, he'll wipe you out.”

д) “He shot down all of my arguments.”

е) “Aggression and foul language on the train and the bus ... general disrespect... all the little acts of aggression and ugliness that people have to put up with in the course of a day. Is all this an inevitable feature of life? I don't believe so. Other cities, other countries, have fought the battle with anti-social behavior, and won.”

Как мы видим, продуцент использует образ войны, все его действия – это словесная атака, которая проявляется в форме нападения.

Заключение

Таким образом, мы рассмотрели семантическую классификацию метафор, функционирующих в текстовом предвыборной агитационной речи. Выявили различные типы метафор с наибольшей частотностью употребления.

Метафора в политическом дискурсе, наравне с другими существующими сегодня технологиями языкового воздействия, становится все более управляемым явлением. Существенно возрастает эффективность применения метафоры: политическая метафора

достаточно чутко реагирует на различные события, которые происходят в стране, а также и на языковую моду. С каждым днем в политической метафоре в публичных тестах, все чаще используется лексика, которая ранее была категорически недопустимой в политическом языке. Данный аспект является необходимым как рецепция традиций адресата, которая обеспечивает соответствующую степень эффективности речевого воздействия. Однако именно «бытовые слова», в большинстве случаев являются наиболее понятными для избирателей, в сопоставлении с используемой экономической терминологией.

Универсальность метафоры и ее, в большинстве случаев, неосознанное использование в речи политических деятелей для определенного воздействия на читателя, а кроме того всевозможные попытки профессионального подхода к политической метафоре как к структурированной технологии, побудили нас обратиться к теме данного исследования.

В завершении отметим, что поведенное исследование будет полезным, как с точки зрения дальнейшей профессиональной деятельности, так и с точки зрения распознавания исходного тезиса в применяемых текстотипов. Поэтому всем, кто заинтересуется данной проблемой, следует обратиться к содержанию настоящей работы.

Библиография

1. Анисимова А.А. Роль метафоры в структуре политического дискурса // III Международные Бодуэновские чтения: И.А. Бодуэн де Куртенэ и современные проблемы теоретического и прикладного языкознания. Казань, 2006. Т. 1. С. 42-44.
2. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс. М.: Академия, 1990. 304 с.
3. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. 896 с.
4. Блумфилд Л. Язык. М.: Прогресс, 1968. 607 с.
5. Власов А.И. Политические манипуляции. История и практика средств массовой информации США. М.: Академия, 1992. 152 с.
6. Степанов Ю.С. Основы языкознания. М.: Просвещение, 1966. 271 с.
7. Уилрайт Ф. Метафора и реальность // Теория метафоры. М.: Академия, 1989. 284 с.
8. Чудинов А.П. Политическая лингвистика. М.: ФЛИНТА, 2018. 255 с.
9. Bayley P. Live oratory in the television age: The language of formal speeches // Campaign language: Language, image, myth in the U.S. presidential elections 1984. Bologna: Cooperativa Libreria Universitaria Editrice Bologna, 1985. P. 77-174.
10. Bulley D. Big Society as Big Government: Cameron's Governmentality Agenda // The British Journal of Politics and International Relations. 2014. 16 (3). P. 452-470.
11. Cheesman H. Cameron's Tories: Talking Conservative, Acting Radical // The UK's Political Landscape in the 21st Century: Players, Strategies, Achievements. 2014. Vol. XII. № 8. URL: <https://journals.openedition.org/lisa/6938>
12. David Cameron's speech in full. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2008/oct/01/davidcameron.toryconference1>
13. García Santos J.F. El lenguaje político: En la Segunda República y en la Democracia. Madrid: Fundación Friedrich Ebert, Instituto de Cooperación Iberoamericana, 1987. P. 89-122.
14. Lakoff G. Metaphor and War: The Metaphor System Used to Justify War in the Gulf. URL: <https://www.arieverhagen.nl/cms/files/George-Lakoff-1991-Metaphor-and-War.pdf>
15. Miles L. Preface // Language and peace. Dartmouth, 1995. P. 9-10.

Metaphors as means of expression of manipulative intention in the English political discourse

Gul'nara R. Kochetova

PhD in Philology, Associate Professor,
Department of Natural Science and General Engineering Disciplines,
Branch of Ufa University of Science and Technology in Kumertau,
453300, 24, Karla Marksa str., Kumertau, Russian Federation;
e-mail: gulchik.k@mail.ru

Abstract

This article considers the features of the use of metaphor as a means of expressing manipulative intention in English political discourse. The semantic classification of metaphors functioning in the textotype of pre-election campaigning speech is proposed. Object: the purpose of the study is to identify the role of metaphor in various political speech textotypes, as well as the classification of types of metaphor (from a semantic point of view) and their distribution according to the degree of predominance in certain speech textotypes. Methods. The material of the analysis is the use of mainly English websites and newspapers of recent years. As the methodological foundations of our research, we relied on the methods of semiotics and the theory of speech acts, and also used various definitions of metaphor as a communicative means of language. Findings. The field of practical application of the results of our work, we believe, is the same production of political metaphor in public texts, but the production is more conscious, relying more on a clear calculation than on intuition, proceeding from the existing clear idea of the goals of political metaphor, its types, the degree of its effectiveness in various situations, its internal structure and etc. The conclusions are made due to the fact that metaphors in English political discourse are an integral and striking element of the system of speech impact technologies. The speeches of politicians are taken for research, because the metaphor is the most applicable and effective in election campaign speech.

For citation

Kochetova G.R. (2023) Metafora kak sredstvo vyrazheniya manipulyativnoi intentsii v angliiskom politicheskom diskurse [Metaphors as means of expression of manipulative intention in the English political discourse]. *Pedagogicheskii zhurnal* [Pedagogical Journal], 13 (1A), pp. 394-404. DOI:10.34670/AR.2023.42.16.046

Keywords

Metaphor, manipulative intention, political discourse, manipulation, political science.

References

1. Anisimova A.A. (2006) Rol' metafory v strukture politicheskogo diskursa [The role of metaphor in the structure of political discourse]. In: *III Mezhdunarodnye Boduenovskie chteniya: I.A. Boduen de Kurtene i sovremennye problemy teoreticheskogo i prikladnogo yazykoznanija* [III International Baudouin Readings: I.A. Baudouin de Courtenay and Modern Problems of Theoretical and Applied Linguistics]. Kazan. Vol. 1.
2. Arutyunova N.D. (1990) *Metafora i diskurs* [Metaphor and discourse]. Moscow: Akademiya Publ.
3. Arutyunova N.D. (1999) *Yazyk i mir cheloveka* [Language and the human world]. Moscow: Yazyki russkoi kul'tury Publ.

4. Bayley P. (1985) Live oratory in the television age: The language of formal speeches. In: *Campaign language: Language, image, myth in the U.S. presidential elections 1984*. Bologna: Cooperativa Libreria Universitaria Editrice Bologna.
5. Bloomfield L. (1968) *Yazyk* [The language]. Moscow: Progress Publ.
6. Bulley D. (2014) Big Society as Big Government: Cameron's Governmentality Agenda. *The British Journal of Politics and International Relations*, 16 (3), pp. 452-470.
7. Cheesman H. (2014) Cameron's Tories: Talking Conservative, Acting Radical. *The UK's Political Landscape in the 21st Century: Players, Strategies, Achievements*, XII, 8. Available at: <https://journals.openedition.org/lisa/6938> [Accessed 12/12/2022]
8. Chudinov A.P. *Politicheskaya lingvistika*. M.: FLINTA, 2018. 255 s.
9. David Cameron's speech in full. Available at: <https://www.theguardian.com/politics/2008/oct/01/davidcameron.toryconference1> [Accessed 12/12/2022]
10. García Santos J.F. (1987) *El lenguaje político: En la Segunda Republica y en la Democracia*. Madrid: Fundación Friedrich Ebert, Instituto de Cooperación Iberoamericana.
11. Lakoff G. *Metaphor and War: The Metaphor System Used to Justify War in the Gulf*. Available at: <https://www.arieverhagen.nl/cms/files/George-Lakoff-1991-Metaphor-and-War.pdf> [Accessed 12/12/2022]
12. Miles L. (1995) Preface. In: *Language and peace*. Dartmouth.
13. Stepanov Yu.S. (1966) *Osnovy yazykoznaniya* [Fundamentals of linguistics]. Moscow: Prosveshchenie Publ.
14. Vlasov A.I. (1992) *Politicheskie manipulyatsii. Istoriya i praktika sredstv massovoi informatsii SShA* [Political manipulation. History and practice of the US media]. Moscow: Akademiya Publ.
15. Wheelwright F. (1989) Metafora i real'nost' [Metaphor and reality]. In: *Teoriya metafory* [Theory of metaphor]. Moscow: Akademiya Publ.