



Ю. В. Сливчикова

**Манипуляция сознанием читателя  
в газетно-публицистическом дискурсе  
(на материале вестиментарного описания в испанской прессе)**

**Сливчикова Юлия Владимировна,**  
преподаватель испанского языка,  
канд. филол. наук. aurora85@bk.ru

***Аннотация.** В статье освещается манипулятивный характер описания одежды в рамках испанского газетно-публицистического дискурса, приводится пример намеренного искажения реальной картины мира в сознании читателя путём наращивания новых смыслов на базе изначально нейтральной вестиментарной лексики.*

***Ключевые слова:** газетно-публицистический дискурс, вестиментарное описание, коннотативное значение, манипуляция.*

Yulia Slivchikova

**Means of reader's mind control in the political discourse  
(based on the vestimentary description in Spanish press)**

***Abstract.** The article considers the vestimentary description as a tool of public opinion manipulation in terms of the Spanish political discourse. The study sets out to show the mechanism of connotative meanings formation based on the neutral vocabulary that describes the public person's dress.*

***Keywords:** political discourse, vestimentary description, connotative meaning, manipulation.*

Известный итальянский журналист Эудженио Скалфари когда-то очень верно определил сущность своей профессии: «Журналисты – это люди, которые рассказывают людям о том, что произошло с людьми». Тем не менее, в наши дни информация всё больше превращается в подержанный товар, который подлежит купле-продаже. Объективность на страницах газет заражается мнением. «El periodismo está siendo contaminado por la opinión» [1]. Даже авторитетное издание «The New York Times» вынуждено было напомнить своим сотрудникам, что для мнения есть соответствующий раздел в газете, и оно не является информацией. Американцы Билл Ковач и Том Розенстил, озаботившись проблемой современной этики СМИ, сформулировали девять принципов журналистики:

1. Первая обязанность журналистики – говорить правду.
2. Журналистика должна служить своим гражданам.
3. Сущность журналистики заключается в тщательной проверке фактов.
4. Журналисты должны сохранять свою независимость от тех, чью деятельность они освещают.
5. Журналистика должна выступать в качестве независимого наблюдателя за властью.

6. Она должна стать дискуссионной площадкой для общественной критики и достижения компромисса.
7. Она должна стараться сделать важное интересным и значимым.
8. Новости должны быть понятными и соразмерными.
9. Журналисты должны иметь право действовать так, как подсказывает им совесть [2].

Однако совесть не всегда даёт правильные подсказки журналисту и выше перечисленные принципы отступают на второй план перед банальной жадой наживы. Объективная реальность становится в руках автора медийного дискурса лишь базой для надстройки дополнительных смыслов, направленных на создание искажённого представления об окружающей действительности у получателя информации. Описанию способов манипуляции сознанием адресата новостного сообщения на примере испанской прессы посвящена монография М. В. Ларионовой «Испанский газетно-публицистический дискурс: искусство информации или мастерство манипуляции?» [3]. В ней подробно рассматриваются механизмы подсознательного внушения читателю печатных и электронных газет определённого восприятия происходящих в реальности событий в корыстных целях автора дискурса и издания, на благо которого он трудится. Дополняя перечень манипулятивных тактик, предложенный автором монографии, мы выделяем вестиментарное описание как отдельный объект исследования в силу его относительно малой изученности и неоспоримого потенциала скрытого воздействия на мнение читателя.

Описание одежды на страницах деловой прессы на первый взгляд можно принять как раз за ту самую объективную информацию, которую читатель ожидает почерпнуть из газеты. Но, несмотря на кажущуюся простоту и одноплановость данного отрезка речевого произведения, его многоступенчатая структура обладает впечатляющим потенциалом для надстраивания новых, не связанных с прямым назначением одежды, смыслов, служащих корыстным целям автора дискурса. Бытовой характер первичного значения вестиментарной лексики усыпляет бдительность читателя, настраивая его на восприятие сведений, не имеющих отношения к деловым вопросам. Тем временем одежда, «пропитанная» новыми значениями, наделяет человека, который в неё облачён, характеристиками, выгодными автору дискурса. Искусственная интимизация процесса общения автора и читателя, основанная на выборе нетипичной для газетно-публицистического дискурса темы, направлена на беспрепятственное внушение закодированной в элементах костюма информации. Завуалированное сообщение беспрепятственно усваивается реципиентом, заставляя его увидеть окружающий мир под иным углом зрения.

На страницах испанской газеты «El País» мы находим следующее описание председателя правительства Андалусии и главы местного отделения Испанской социалистической рабочей партии:

Susana Díaz, la nueva heroína socialdemócrata, y en su puesta de largo como heredera del santo Griñán, baja las escaleras del Parlamento andaluz con falda corta y medias. Es cierto que a las mujeres profesionales les disgusta que se analice su vestimenta, pero es que Díaz ha hecho una declaración de principios enseñando piernas robustas y pies bien asentados, paso firme y tacón estable. Al igual que Cospedal, Díaz favorece la combinación blanco y negro, porque su política es un juego de damas. Y el estilo, un juego de detalles. Y allí están, protectoras, las medias transparentes gris claro con trama de topitos negros de Díaz, que muchos han querido comparar a salpicaduras de los ERE [4]. — Сусана Диас, новая героиня социал-демократов и в долгосрочной перспективе преемница «святого» Гриняна, спускается по лестнице андалузского парламента в мини-юбке и чулках. Известно, что женщинам в деловом мире не нравится, когда обсуждают их одежду, но Диас сама заявила о своих принципах, продемонстрировав крепкие и точёные ноги, твёрдую походку и устойчивый каблук. Как и Коспедаль, Диас идёт комбинация белого и чёрного, потому как её политика — это игра в шашки. А стиль — это игра деталей. Примером стали её светло-серые чулки в чёрный горошек, которые многим захотелось сравнить с брызгами от скандала с временными увольнениями в Андалусии.

Одежда в выше приведённом примере превращается в символ. Её метафорическая сущность создаёт яркий образ, в котором тело и костюм неразделимо связаны друг с другом. Привычное нам в одежде сочетание чёрного и белого сравнивается с цветами фигур азартной игры, целью которой является выйти в дамки. Классическое сочетание белого верха и чёрного низа теперь приобретает совсем непривычное толкование, которое негативно характеризует госпожу Диас. Тонко обыгран в статье и тема чулок — такого, казалось бы, табуированного вопроса не только в серьёзной прессе, но и неуместного для модных журналов. Автор пишет, что во всём деловом

мире женщины уже давно отказались от ношения чулок (кстати, сомнительное утверждение) и предпочли коротким юбкам длину до колен. Выбрать правильные чулки, которые не выдаст случайно упавший на них луч солнца, ещё труднее, чем создать хороший состав правительства автономной области, пишет он. Тем самым, автор статьи намекает на несостоятельность Диас как политика. Кроме того, рассчитывая на пресуппозитивные [5] знания своих читателей, знакомых с подробностями крупного коррупционного скандала, связанного с андалузской Хунтой, он напоминает о том, что брызги грязи, от которых невозможно отмыться, долетели и до Диас, что ставит под сомнение успешность её будущей карьеры. Нейтральная вестиментарная лексика, таким образом, обрастает новыми смыслами, наделяя персонаж, описываемый в статье, неочевидными на первый взгляд негативными качествами, обратить внимание на которые автор дискурса ставит своей целью.

Вестиментарное описание как инструмент влияния на массовое сознание находит своё применение даже в таких случаях, когда, казалось бы, не существует почвы для развития подобной дискуссии. Примером тому служит образ канцлера Германии Ангелы Меркель, одной из самых обсуждаемых и противоречивых политических фигур в контексте моды. На первый взгляд это покажется странным, ведь Меркель славится своим строгим стилем, заключающимся в брючном костюме, в котором меняются лишь цвета. Тем не менее, этот всегда двухцветный костюм с пиджаком на трёх пуговицах сам по себе считается модным изобретением канцлера и даже получил название «*traje Merkel*». А от единообразия каждодневного облачения Меркель очевиднее становятся детали, раскрывающие истинный характер руководителя Германии. Любовь канцлера к аксессуарам не даёт покоя журналистам. Показательным стал случай с оранжевой сумкой французской марки Longchamp, с которой Меркель заметили в Бундестаге в 2011 г., когда произносила речь в поддержку евро. Этот неоднозначный символ нашёл десятки объяснений в прессе. По словам «*La Razón*», местная «оппозиция открыто раскритиковала оранжевую модель фирмы Longchamp, с которой госпожа канцлер появилась на этой неделе. И не только потому, что это французская марка и стоимость её составляет более 300 евро, а потому, что её политические противники считают, что такой символ роскоши неуместен в нынешние кризисные времена» (<...> *la oposición criticó abiertamente el modelo naranja de la firma Longchamp que lució esta semana. Y no sólo porque sea de una marca francesa y esté valorado en más de 300 euros, sino porque sus rivales políticos consideran que es un símbolo de ostentación nada oportuno en estos tiempos de crisis* (La Razón, 12.09.2011)). Однако, испанское издание даёт иную оценку такому жесту Меркель, акцентируя внимания на цвете изделия:

*Los tonos ácidos como el naranja transmiten vitalidad, juventud y modernidad. Unas cualidades que, aunque en principio no parezcan reflejar demasiado el carácter de la canciller, sí son elementos muy estudiados en su imagen porque, al ser tonalidades fuertes denotan una gran personalidad y firmeza. Alguien que tiene poco carácter no lleva un tono de este tipo. Lo que Merkel pretende transmitir es que tiene toques modernos e ideas avanzadas y así consigue suavizar la imagen que arroja con su vestimenta, que a veces es excesivamente clásica. Esa combinación entre vanguardia y sobriedad resulta muy positiva.* — Кислотные тона, как оранжевый, передают жизнерадостность, молодость и современность. Эти качества, которые, на первый взгляд, не слишком отражают характер канцлера, на самом деле являются хорошо изученными элементами её образа, поскольку, являясь сильными оттенками, отражают индивидуальность и твёрдость. Тот, у кого слабый характер, не носит такие цвета. Меркель, тем самым, хочет выразить, что у неё есть современные черты и продвинутые идеи. Этим смягчается её образ, создаваемый одеждой, иногда слишком классической. Это сочетание авангардизма и строгости оказывается очень позитивным.

В данном контексте вестема «марка» (*Longchamp*) отступает на второй план по сравнению с вариантом «цвет», образуя в сознании испанцев позитивный образ канцлера Германии, который, между прочим, претерпел значительные изменения в худшую сторону за последние 5 лет. Роскошь бренда в данном случае уступает значимости цвета в формируемой автором когнитивной картине мира читателя. Положительные цветовые ассоциации нивелируют эффект от роскошности модного аксессуара [6].

Приведём ещё один пример. В 2011 г. дипломатический корпус был буквально шокирован нарядом, в котором явилась в королевский дворец на церемонию вручения испанскому монарху верительных грамот министр иностранных дел Испании Тринидад Хименес. 49-летняя Тринидад Хименес, как предписывает протокол, была в длинном платье, правда, только снизу, а сверху оно оказалось удивительно коротким. На то, что подобное декольте недопустимо на церемонии столь высокого уровня, обращает внимание газета «ABC»:

*La ministra de Asuntos Exteriores, Trinidad Jiménez, ha elegido un escotado vestido de fiesta para asistir esta mañana a la entrega de cartas credenciales de los embajadores extranjeros al Rey, que es el acto con más pompa y solemnidad de cuantos se celebran en España. La ministra escogió un traje largo de noche para la ceremonia de Estado que se ha celebrado a las once y media de esta mañana en el Palacio Real. A los actos de gala celebrados por la mañana, las señoras suelen acudir con vestidos de ceremonia, que también son largos, pero distintos a los de fiesta. Los trajes de ceremonia suelen ser menos escotados, más sobrios y más formales* (ABC, 20.10.2011). — Министр иностранных дел **Тринидад Хименес** выбрала праздничное платье с декольте для того, чтобы присутствовать сегодня утром на вручении верительных грамот иностранными послами **Королю**, что является самой помпезной и торжественной церемонией, проводимой в Испании. Госпожа министр выбрала длинное вечернее платье для государственного торжества, состоявшегося сегодня в половине двенадцатого утра в Королевском дворце. На праздничные церемонии, проводимые в первой половине дня, дамы обычно прибывают в торжественных нарядах, также длинных, но не такого фасона, как обычные вечерние платья. Торжественные наряды обычно отличаются более скромным декольте, они более строгие и официальные.

В данном вестиментарном описании, снабжённом подробной энциклопедической справкой, учитывая то, что не вся масса читателей знакома с протоколом подобного рода мероприятий, мы находим сразу несколько оппозиций длинного и короткого в части означающего.

Нетипичное отношение эксплицитно выраженного мирского означаемого и вестиментарного означающего в совокупности со справкой, в которой автор показывает отношение традиционное, однозначно формирует некое неприятие у читателя, создавая негативный образ госпожи министра. Вариации «короткий/длинный» и «глубокий/скромный» наделяют в данном контексте суппорты «подол платья» и «декольте» значениями «соответствует/не соответствует протоколу». Суппорты сообщают это значение всему платью, а оно, в свою очередь, переносит отрицательные качества на политического персонажа. Само по себе несоответствие протоколу имеет отрицательную коннотацию только для специалистов в области этикета, но снабжённое объяснением, описание наталкивает читателя на мысль, что пренебрежение к вестиментарным традициям на столь важном для Испании мероприятии международного уровня является позором для всей страны, показателем отсутствия культуры, необразованности и некомпетентности госпожи министра, разрушающей своим внешним видом авторитет всего министерства иностранных дел. Наше утверждение поддерживает ещё и тот факт, что газета «ABC» является изданием, близким к Народной Партии (Partido Popular), в то время как Тринидад Хименес представляет Испанскую социалистическую рабочую партию (Partido Socialista Obrero Español), поэтому такой промах госпожи министра, который, казалось бы, мог пройти незамеченным, был выставлен на всеобщий суд не без идеологической подоплёки. Критика не очевидна. Она закодирована в вестиментарном описании, которое создаёт иллюзию того, что читатель как бы самостоятельно приходит к выводам, навязываемым изданием, поскольку считает, что одежда является чем-то посторонним для политики и её упоминание никак не связано с ней. Риторика газеты формирует в читателе праведный гнев и искреннее недоумение, преподнося правила этикета как некую истину, знакомую абсолютному большинству, так, что читателю кажется, что он сам всегда это знал или догадывался об этом, и именно он сам выносит приговор Тринидад Хименес.

Комплексное изучение влияния вестиментарного описания в газетно-публицистическом дискурсе на восприятие образа политического персонажа является перспективным и востребованным направлением исследования как с теоретической точки зрения — с целью расширения сведений о манипулятивном потенциале ГПД, — так и с практической, для формирования в читателе навыков распознавания зашифрованных в описаниях костюма коннотативных значений идеологической и политической направленности.

## Литература / References

1. Cruz J. Los elementos del periodismo / J. Cruz // El País, Madrid, 13.09.2016. — № 14.315. — P. 24
2. Ковач Б., Розентил Т. Элементы журналистики. — М.: Престиж, 2004. — С. 8–9.
3. Ларионова М. В. Испанский газетно-публицистический дискурс: искусство информации или мастерство манипуляции?: монография / Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) МИД России, Каф. испанского языка. — М.: МГИМО-Университет, 2015. — 327 с.

4. *Izaguirre B.* ¡Vuelve la media! [Электронный ресурс] // El País: электронная версия газеты. URL: [http://elpais.com/elpais/2013/09/06/gente/1378497319\\_800456.html](http://elpais.com/elpais/2013/09/06/gente/1378497319_800456.html) (дата обращения: 06.09.2013).
5. *Ларионова М. В.* Пресуппозиция как способ манипулятивного воздействия (на примере испанского газетно-публицистического дискурса) / *М. В. Ларионова* // Вестник МГИМО-Университета. – 2013. – № 2. – С. 220–224.
6. *Сливчикова Ю. В.* Прагмалингвистические характеристики вестиментарного описания в газетно-публицистическом дискурсе (на материале испанского языка): дисс. ... канд. филол. наук. – М., 2016.