



УДК 329.273

ЛЕКСИКОГРАММАТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПЕРСУАЗИВНЫХ
СТРАТЕГИЙ В МЕДИАПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ О
МЕЖКУЛЬТУРНОМ ОБРАЗОВАНИИ

Т.А.Тригулова

DOI <https://doi.org/10.5281/zenodo.14995540>

Аннотация. В статье рассматриваются лексикограмматические стратегии персуазивности в медиаполитическом дискурсе, направленном на освещение вопросов межкультурного образования. В статье анализируются англоязычных публикаций в ведущих европейских СМИ (Euronews, Politico Europe), в которых выявляются ключевые языковые механизмы воздействия, включая оценочную лексику, метафорическое моделирование, модальность и аргументативные конструкции. Осмысление этих стратегий позволяет выявить закономерности в формировании общественного мнения и концептуализации образовательных инициатив в политическом дискурсе ЕС.

Ключевые слова: медиаполитический дискурс, персуазивность, лексикограмматические стратегии, межкультурное образование, риторические приемы.

Abstract. This article examines lexicogrammatical strategies of persuasiveness in media-political discourse related to intercultural education. The study is based on an analysis of English-language publications in leading European media (Euronews, Politico Europe), identifying key linguistic mechanisms such as evaluative language, metaphorical framing, modality, and argumentative structures. Understanding these strategies helps reveal patterns in shaping public opinion and conceptualizing educational initiatives within the EU's political discourse. in political linguistics, discourse analysis, and intercultural communication.

Keywords: media-political discourse, persuasiveness, lexicogrammatical strategies, intercultural education, rhetorical devices.

В условиях стремительной глобализации и усиления миграционных процессов образовательная политика стран Европейского Союза сталкивается с необходимостью развития межкультурного взаимодействия и интеграции этнических меньшинств. Межкультурное образование рассматривается как важнейший инструмент формирования толерантности, социальной сплоченности и успешной адаптации представителей различных культурных групп в едином образовательном пространстве. Однако вопросы, касающиеся механизмов реализации данной политики, продолжают активно обсуждаться в медиаполитическом дискурсе.

Средства массовой информации выполняют ключевую роль в формировании общественного мнения относительно межкультурного образования, создавая определенные нарративы, которые либо поддерживают, либо подвергают критике соответствующие образовательные инициативы.



Журналистские материалы, затрагивающие этот вопрос, используют различные лексикограмматические стратегии персуазивности для убеждения читательской аудитории. Настоящая статья посвящена анализу языковых приемов, применяемых в англоязычных газетных статьях, посвященных межкультурному образованию в ЕС. В качестве эмпирического материала были отобраны статьи *Euronews* и *Politico Europe*, освещающие образовательные реформы, направленные на укрепление межкультурных компетенций среди студентов и преподавателей.

Основной целью исследования является выявление и анализ языковых механизмов, способствующих усилению персуазивного эффекта медиатекстов. Особое внимание уделяется следующим аспектам: эмоционально окрашенной лексике, метафорическому моделированию, модальности, а также структурной организации текста, поскольку эти элементы оказывают значительное влияние на восприятие читателями политических и образовательных инициатив.

Персуазивность в медиаполитическом дискурсе представляет собой способность текста воздействовать на когнитивные и эмоциональные установки аудитории, формируя определенные взгляды и побуждая к принятию определенной позиции. В исследованиях И. Глуховой и О. Сорокиной подчеркивается, что персуазивные стратегии являются неотъемлемой частью политической риторики, способствуя формированию общественной поддержки и обоснованию политических инициатив [1, с.119-125].

А.В. Голоднов рассматривает лексикограмматические средства как важный компонент дискурсивного воздействия, позволяющий конструировать идеологические фреймы, внутри которых воспринимаемая информация приобретает дополнительную убедительность [2].

В данной статье выделяются четыре ключевых механизма, обеспечивающих персуазивность медиатекстов:

-Оценочная лексика, способствующая эмоциональной вовлеченности читателя;

-Метафорическое моделирование, формирующее концептуальное представление о проблеме и способах ее решения;

-Модальность, выражающая степень категоричности или вероятности утверждений;

-Структурная организация текста, определяющая последовательность аргументации и риторические стратегии убеждения.



Эти инструменты позволяют журналистам не просто информировать читателей, но и направлять их интерпретацию обсуждаемых тем, формируя позитивный или негативный образ межкультурного образования как явления.

Одной из наиболее значимых стратегий является использование эмоционально окрашенной лексики, направленной на формирование положительного отношения аудитории к межкультурному образованию. В статье *Dealing with Diversity in the Classroom* напечатанный в Euronews используется следующий фрагмент: *Fostering a spirit of inclusivity and mutual respect*.

Глагол *fostering* имеет позитивную коннотацию, подчеркивающую активный процесс воспитания определенных ценностей. Существительное *inclusivity* акцентирует внимание на необходимости интеграции всех учащихся в образовательное пространство, а словосочетание *mutual respect* делает акцент на балансе интересов различных групп.

В другой статье *Multicultural Education Embraces EU Diversity* предоставленной в Politico Europe применяется схожий прием: *Building bridges between cultures*.

Здесь метафора *building bridges* выступает в роли концептуального образа, создающего позитивную модель взаимодействия различных культур. Такое выражение формирует у читателя убеждение, что межкультурное образование является механизмом, объединяющим общество и уменьшающим культурные барьеры.

Метафорическое моделирование активно используется для создания когнитивных фреймов, позволяющих представить межкультурное образование как естественный и неизбежный процесс. В статье *Politico Europe* встречается выражение: *A melting pot of ideas and traditions*.

Метафора *melting pot* традиционно используется для обозначения успешной культурной интеграции, где различные традиции и идеи гармонично смешиваются, формируя новое общественное единство.

Аналогичный прием можно наблюдать в другом фрагменте из Euronews: *Laying the foundation for a more tolerant future*. Здесь фраза *laying the foundation* подразумевает, что образование является основой будущего общества. Такой концептуальный подход способствует убеждению аудитории в том, что образовательные реформы в сфере межкультурного взаимодействия являются необходимым и долгосрочным проектом.



Важным элементом языкового воздействия является использование модальных глаголов, которые выражают степень обязательности или вероятности описываемых явлений. В статье *Euronews* утверждается: *Schools must equip students with intercultural competence to navigate an increasingly interconnected world.*

Применение модального глагола *must* придает утверждению нормативный характер, подчеркивая обязательность внедрения образовательных программ по межкультурной компетентности.

В тексте *Politico Europe* используется более мягкая конструкция: *Investing in cultural awareness programs could lead to greater social harmony.* Фраза *could lead to* снижает категоричность утверждения, представляя его как вероятностный, но желаемый исход. Подобные различия в риторических приемах указывают на разные стратегии убеждения в зависимости от редакционной политики издания.

Структурная организация текста также играет важную роль в обеспечении персуазивности. Обе статьи придерживаются классической структуры аргументативного текста: сначала формулируется проблема, затем предлагаются решения, а в завершение следует призыв к действию. В статье *Euronews* представлена следующая логическая последовательность:

Формулировка проблемы: *With classrooms becoming more diverse than ever, educators face the challenge of fostering unity while respecting individual identities.*

Предложение решения: *Multicultural curricula empower students to engage in meaningful cross-cultural dialogue.*

Призыв к действию: *European governments should expand funding for cultural exchange initiatives.*

Четкость структуры и логическая последовательность аргументов способствуют восприятию представленных доводов как обоснованных и заслуживающих доверия.

Сравнительный анализ показывает, что выбор лексикограмматических стратегий зависит от целевой аудитории и редакционной политики издания. *Euronews*, ориентированное на широкий круг читателей, использует более категоричные конструкции (*must, should*), что характерно для информационных медиа, стремящихся оказывать влияние на формирование общественного мнения. *Politico Europe*, напротив, использует более сдержанные формулировки, характерные для аналитической журналистики, оставляя пространство для интерпретации.



Анализ показывает, что в медиаполитическом дискурсе Европейского Союза активно используются лексикограмматические стратегии для усиления персуазивного эффекта. Оценочная лексика, метафорическое моделирование, модальность и логическая структура текста способствуют созданию убедительных аргументов в поддержку межкультурного образования.

Библиографический список:

1. Глухова, И., Сорокина, О. Лингвистическая реализация персуазивных стратегий в политической публичной коммуникации // INTCESS2018: 5th International Conference on Education and Social Sciences. – 2018. – С. 119–125.
2. Голоднов, А. В. Лингвопрагматические особенности персуазивной коммуникации: стратегии и тактики воздействия / А. В. Голоднов. – Челябинск: Изд-во Челябинского гос. ун-та, 2018. – 212 с.
3. Dealing with diversity in the classroom // Euronews. – 2015. – 11 December. URL: <https://www.euronews.com/2015/12/11/dealing-with-diversity-in-the-classroom> (дата обращения: 04.02.2025).
4. Multicultural education embraces EU diversity // Politico Europe. – 2022. URL: <https://www.politico.eu/article/multicultural-education-embraces-eu-diversity> (дата обращения: 04.02.2025).