

РЕЧЕВОЙ ПРИЕМ СЕЛЕКЦИИ ИНФОРМАЦИИ В РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ МАНИПУЛИРОВАНИЯ

SPEECH RECEPTION OF INFORMATION SELECTION IN THE IMPLEMENTATION OF MANIPULATION STRATEGIES

**A. Makhina
E. Koptyakova**

Summary. The article deals with speech method of information selection to achieve a manipulation strategy, as well as linguistic means of influence, such as using unauthorized information, links to testimonies of participants and eyewitnesses to events, a reference to the opinion of authority, the inclusion of digital information in the text and reference to historical facts.

Keywords: manipulation, information selection, media discourse.

Махина Алина Ильдаровна

Аспирант, Сургутский государственный университет
alina.gabidullina.1993@mail.ru

Коптякова Елена Евгеньевна

К.ф.н., доцент, Сургутский государственный университет

Аннотация. в статье рассматривается речевой прием селекции информации для реализации стратегии манипулирования, а также лингвистические средства воздействия, такие как использование неавторизованной информации, ссылки на свидетельства участников и очевидцев событий, ссылка на мнение авторитета, включение в текст цифровой информации и обращение к историческим фактам.

Ключевые слова: манипулирование, селекция информации, медиадискурс.

С развитием общества возникла потребность в управлении другими людьми, и со временем сформировались различные способы и приемы воздействия на адресата, которые сейчас активно применяются, а, следовательно, и изучаются специалистами (филологами, психологами, социологами и т.д.). Изучение способов и приемов эффективного речевого воздействия и распространение этих знаний — одна из важных задач лингвистической науки.

Когда мы говорим о политике, то у каждого о ней складывается свое собственное мнение. Политика — тема сложная и неоднозначная, в связи с чем и отношение к ней соответствующее. Для одного она представляется хитрой игрой, для другого — системой регулирования мирового порядка или, наоборот, его разрушения. Для каждого важно что-то свое, особенное — в зависимости от страны проживания и удовлетворенности политического курса своего государства. Но ни для одного человека не будет секретом, что политические цели и задачи не достигаются путем простых и открытых диалогов и переговоров.

Для достижения своих целей политические игроки используют различные приемы, один из них — это манипуляция. Манипуляция не только своим народом и общественным сознанием, но и оппонентом, например, в предвыборной компании, в дебатах или в международных переговорах.

В лингвистике понятие манипуляция трактуется неоднозначно и имеет несколько дефиниций. По словарю

С.И. Ожегова термин манипуляция имеет следующее определение: «Манипуляция -и, ж. 1. Сложный прием, действие над чем-н. при работе руками, ручным способом (книжн.). 2. перен. Проделка, махинация (неодобр.)» [Ожегов С.И., 1993].

Политолог и ученый С. Кара-Мурза, известный исследователь манипулирования, так объясняет свое понимание данного феномена: «В словарях европейских языков слово толкуется как обращение с объектами с определенными намерениями, целями (например, ручное управление, освидетельствование пациента врачом с помощью рук и т.д.). Имеется в виду, что для таких действий требуется ловкость и сноровка. В технике те приспособления для управления механизмами, которые как бы являются продолжением рук (рычаги, рукоятки), называются манипуляторами. А тот, кто работал с радиоактивными материалами, знаком с манипуляторами, которые просто имитируют человеческую руку [Кара-Мурза С., 2000].

Отсюда произошло и современное переносное значение слова — ловкое обращение с людьми как с объектами, вещами. Оксфордский словарь английского языка трактует манипуляцию как «акт влияния на людей или управления ими с ловкостью, особенно с пренебрежительным подтекстом, как скрытое управление или обработка» [Кара-Мурза С., 2000].

Таким образом, термин «манипуляция» есть метафора и употребляется в переносном смысле: ловкость рук в обращении с вещами перенесена в этой метафоре

на ловкое управление людьми (и, конечно, уже не руками, а специальными «манипуляторами»). Заметим, что с самого начала это понятие ограничивает понимаемый как манипуляция набор способов управления — им обозначается только управление с ловкостью и даже скрытое управление [Кара-Мурза С., 2000]. Другой известный ученый Е. Л. Доценко определяют манипуляцию как «вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих его актуально существующими» [Доценко Е. Л. с. 344].

То есть манипуляция — это направленное и скрытое коммуникативное действие, для достижения какой-либо определённой цели. Как замечает Г. Шиллер, «для достижения успеха манипуляция должна оставаться незаметной. Успех манипуляции гарантирован, когда манипулируемый верит, что все происходящее естественно и неизбежно» [Шиллер Г., с. 58].

Манипуляция достигается различными языковыми средствами, которые можно разделить на речевые приемы [Навасартян Л. Г., с. 35]. Одним из таких речевых приемов является прием селекции информации. Этот прием предполагает отбор и подачу материала и информации выгодным образом для говорящего. Он позволяет создать эффект достоверности и правоты, тем самым подводя адресата к нужным выводам. В нашем исследовании к речевому приему селекции информации относятся *использование неавторизованной информации, ссылки на свидетельства участников и очевидцев событий, ссылка на мнение авторитета, включение в текст цифровой информации и обращение к историческим фактам.*

Медиатексты должны быть эффективны и в соответствии с правилами эффективности в них должны быть указаны источники информации. Зачастую бывает так, что информация предоставляется из осведомленного источника, но имя этого источника не разглашается. Такой прием используется тогда, когда целью текста является создание ощущения, что за данной информацией стоит конкретный человек, это ссылка на источник, имя которого не указывается. Чтобы произвести максимальный эффект в тексте, адресат также обращает внимание на то, что источник имеет официальную должность, и она достаточно высока. Таким образом, здесь мы видим статус источника:

Как напоминает официальный представитель МИД РФ, недавно они активно тренировались на полигонах в Львовской и Житомирской областях, и в этих учениях принимали непосредственное участие инструкторы стран НАТО — Британии, США и Канады (Российская газета 05.12.2018).

В сообщении говорится об «официальном представителе МИД РФ», однако не указывается, кем конкретно является этот представитель и действительно ли сообщение передано им.

Подобные ссылки воздействуют на читателя, он уверен, что информация правдива и достоверна и не способен с критикой отнестись к утверждению. На самом деле конкретный источник не указывается специально и в случае, если сообщение неверно, авторы не несут за это ответственность.

Удостовериться в правдивости такой информации почти невозможно, и адресат сообщения принимает ее из фактически неизвестных источников. Сообщается мнение источника, но нет информации о том, кто этот человек, насколько он осведомлен и владеет ли на самом деле достоверной информацией, неизвестен его возраст и отношение к информации. Вместо этого в сообщении автор указывает лишь название компании, организации или ведомства. Таким образом создается ощущение, что информация, преподносимая в тексте, носит объективный характер.

Данный прием манипулирования называется деавторизацией, то есть лишение информации конкретного автора. Достаточно указать должность человека, например, чиновник, а также его статус, например, высокопоставленный, и информация в сообщении будет воспринята как объективная:

В Москве уверены, что смысл недавней провокации в Керченском проливе и введенного затем на Украине военного положение — отвлечь внимание международного сообщества от этих приготовлений (Российская газета 05.12.2018).

В самом начале сообщения упоминается, что «в Москве уверены», что подразумевает уверенность определенного государственного источника в факте, описанном в сообщении. Однако о самом источнике, «уверенном» в факте, ничего не говорится. Событие в сообщении сразу называется провокацией, при этом в кратком сообщении не описываются подробности самого события, но в первом же предложении навешивается провокационный ярлык. Сама конструкция сообщения несет в себе субъективный характер, предположение, что выражается лексемой «уверены», однако дополнение «в Москве» трансформирует предположение в информацию, достоверность которой подтверждена.

Рассмотрим следующий пример:

Однако технические характеристики устройства и цели, по которым оно применяется,

по-прежнему засекречены. **Есть мнение**, что боевой лазерный комплекс «Пересвет» предназначен для противовоздушной обороны особо важных объектов. Аппаратура, **очевидно**, позволяет ему находить и брать на сопровождение воздушные цели, а затем атаковать их при помощи лазерного луча. Световой поток высокой мощности способен нарушить работу оптико-электронных систем противника или вовсе вывести их из строя. В данном примере, как и в предыдущем, создается ощущение достоверности, однако при помощи **вводных слов** (очевидно), а также утверждения **мнения** о сложных технологичных военных комплексах, которое вполне вероятно исходит от источника, разбирающегося в них, однако конкретно не указывается, чьим является данное мнение (Российская газета 05.12.2018).

В следующем примере высказывается субъективное **предположение**, но о нем говорится как об истине: *Объявление военного положения в ряде областей Украины было не следствием, а истинной причиной провокации близ Керченского пролива, убеждены члены Совфеда.* Тем не менее, нет официальных данных, способных подтвердить достоверность указанной информации (Российская газета 05.12.2018).

Одним из не менее действенных средств манипулирования является **обращение к истории**. При этом данное средство воздействует на сознание не менее эффективно, чем указание какого-либо источника, и, помимо этого, его не всегда легко критиковать или опровергнуть, так как зачастую с историческими фактами очень сложно спорить:

В истории нашей страны уже был прецедент, когда экономика практически рухнула из-за снижения цены на нефть. Это было в 1980-е годы и стало одной из ключевых причин развала Советского Союза (Российская газета 05.12.2018).

Приведем еще один пример обращения внимания адресата сообщения к истории. В трансляции пресс-конференции Владимир Путин обращается к историческим фактам, тем самым, утверждая тему, заданную в первом предложении — *«трагические и героические события нашей истории»*.

Когда мне говорят о молодежи, я вспоминаю трагические и героические события нашей истории. Давайте вспомним роту десантников. 96 молодых парней против двух тысяч. Дрались лопатами и ножами. Вот это молодежь, вот это герои. А волонтеры? 35 тысяч на ЧМ. А молодые люди, которые занимаются поисковой деятельностью. Тысячи тоже. Есть и молодые ученые. Этот слой — и есть наше будущее. Есть среди них и эсперы (Российская газета 20.12.2018).

Подтверждение фактов конкретными цифрами часто также не требует дополнительных доводов и здесь журналисты обращаются к приему приведения цифровых данных, как в следующем примере:

Почти 80 процентов законов принимаются при поддержке всех фракций. Оппозиция участвует в принятии ключевых решений — как правило, из международной повестки. Мы объединяемся, если речь идет о решении, касающемся защиты суверенитета. Несмотря на партийную принадлежность, инициативы президента находят поддержку. Его мнение уважают все фракции. Последнее предложение можно также расценить как прием манипуляции, а именно — преувеличение. Стереотип того, что президент должен быть уважаемым человеком не всегда значит, что он таким в действительности является, тем более для всех (*все фракции*) (Российская газета 20.12.2018).

Как мы видим, приемы манипулирования активно применяются как журналистами, так и политическими деятелями. Реализация стратегий манипулирования при помощи приемов селекции информации являются очень эффективным методом достижения цели сообщения. Они дают видимость достоверности, отменяют возражения и уводят от попытки критиковать высказываемые идеи, приводят адресата сообщения к конкретным выводам. Такие приемы как использование неавторизованной информации, свидетельства очевидцев событий, авторитетные мнения, обращения к фактам истории и указание цифровой информации и статистики эффективно достигают цели как в пределах высказанной идеи, абзаца, так и в рамках крупной статьи или выступления. Необходимо сделать вывод, что при правильном их применении эффективность воздействия на адресата может увеличиваться в разы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. — М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. — 344 с.
2. Кара-Мурза, С. Г. Манипуляция сознанием [Электронный ресурс] / С. Г. Кара-Мурза. — М.: Алгоритм, 2000. — Режим доступа: <http://www.karamurza.ru/manipul.htm> (дата обращения: 27.01.2019).

3. Навасартян Л. Г. Языковые средства и речевые приемы манипуляции информацией в СМИ (на материале российских газет): диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, Саратов, 2017. — 35 с.
4. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80~<000 слов и фразеологических выражений. [Электронный ресурс] — 4-е изд., М.: Высшая школа, 1993. Режим доступа: <http://www.ozhegov.org/m.shtml> (дата обращения: 01.02.2019).
5. Шиллер, Г. Манипуляторы сознанием / Г. Шиллер / пер. с англ., науч. ред. Я. Н. Засурский. — М.: Мысль, 1980. — 58 с.

© Махина Алина Ильдаровна (alina.gabidullina.1993@mail.ru), Коптякова Елена Евгеньевна.
Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»

