

## О ПРИМЕРАХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТАКТИК МАНИПУЛИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

*Исследование выполнено при финансовой поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации в рамках ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009–2013 годы (тема: «Когнитивные модели текстопорождения в коммуникативном существовании языковой личности»; ГК № 14.740.11.0567 от 05.10.2010 г.).*

Рассматриваются приемы реализации стратегий и тактик манипулирования в медиадискурсе. Выявлены примеры использования речевых средств в манипулятивных целях. Выявлены некоторые закономерности актуализации речевых средств и тактик манипулирования. Определены критерии для построения классификации тактик манипулирования.

**Ключевые слова:** манипуляция; стратегия; тактика; речевые средства.

Воздействие информационного потока на сознание человека является очевидным фактом. Зачастую манипулирование осуществляется таким образом, что сложно обнаружить, на что воздействуют авторы сообщения или какие средства используют. Актуальность изучения сущности манипулирования общественным мнением объясняет большое количество исследований, посвященных данному вопросу.

Феномен манипулирования определяют как скрытое воздействие на адресата, целью которого является извлечение какой-либо выгоды. Осуществив анализ определений данного явления, Е.Л. Доценко предложил вариант, на который мы опираемся в рамках исследования. По мнению автора, манипулирование – это «вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями» [1. С. 23]. Ученые демонстрируют относительное единодушие в определении сущности манипулирования, однако расходятся в принципах классификации средств манипулирования, этим объясняется обилие толкований способов воздействия и их типологий. Не все авторы выделяют конкретные принципы, лежащие в основе классификаций, что создает трудности в создании обобщающих типологий, а также в определении соотношения принимаемой автором типологии с уже существующими.

Данная статья посвящена выявлению стратегий, тактик, приемов воздействия на общественное мнение, а также анализу способов их реализации в текстах медийного дискурса. В наши задачи входят анализ текстового материала, выявление речевых средств, реализующих приемы, которые можно объединить в тактики манипулирования, а затем в стратегии, выявление возможных принципов их классификации.

Для анализа нами была использована статья «Заложники Востока» (опубликована в журнале «Эксперт» [2]), посвященная конфликту между Россией и Украиной.

Манипулирование есть комплексное явление, его реализация осуществляется через использование некоторых стратегий и тактик. Под стратегией, в соответствии с определением, предложенным О.С. Иссерс, мы понимаем «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникационной цели» [3. С. 54]. Стратегия есть план реализации частных приемов ее осуществления, поэтому под тактиками манипулирования мы понимаем частное явление, конкретный ход,

отдельный инструмент реализации общей стратегии [3]. Понятия стратегия и тактика связаны родовидовыми отношениями. О.С. Иссерс предлагает такую иерархию терминов: стратегия – тактика – прием – ход.

В рамках анализа, представленного в данной статье, мы опирались на классификации стратегий, разработанные О.Л. Михалева, а также терминологию, разработанную для описания анализируемого коммуникативного явления Е.Л. Доценко, С.Г. Кара-Мурза, В.Е. Чернявской.

О.Л. Михалева выделяет стратегии на понижение, на повышение и стратегию театральности. Первые два типа стратегий классифицированы по виду эмоционального эффекта воздействия на адресата. Стратегия на понижение связана с формированием отрицательной оценки объекта у жертвы манипулирования через понижение статуса данного объекта. Стратегия на повышение ориентирована на создание обратного эффекта, с ее помощью манипулятор добивается симпатии адресата манипулирования через создание положительного образа. Данные стратегии могут быть сопоставлены с реализацией стратегии «свой – чужой», которую выделяет С.Г. Кара-Мурза. Сущность стратегии актуализируется в противопоставлении, построенном на критике действий *чужого*, и создании положительного образа *своего*. Однако подобные манипулятивные действия могут быть названы стратегией «свой – чужой» в том случае, если они осуществляются в одном контексте. Для стратегий на повышение и на понижение данное условие не обязательно. Выделение стратегии театральности осуществляется на основе наличия в тексте экспрессивных речевых средств.

Анализ статьи выявляет использование стратегии на понижение, представленной следующими тактиками: «анализ – минус», «обличение», «обращение к анонимному авторитету», «самопрезентация».

Одним из основных средств реализации стратегии на понижение является использование тактики «анализ – минус», при которой манипулирование осуществляется через систематический исследование отрицательных сторон, констатации слабых мест и ошибок в поведении противника. При этом не всегда анализ является конструктивным и логически правильным. Нередко вещи, на которые обращает внимание автор статьи, вызывают у читателей негативное отношение к объекту, к которому данную тактику применяют. Покажем реализацию данной тактики в следующем фрагменте: «Самолеты для наблюдателей уже стоят «под

парамии», и как только Украина назовет свой координирующий орган, который займется сбором всей информации от наблюдателей, они смогут отправиться на пункты контроля», – сказал замглавы «Газпрома». По его словам, с российской стороны таким координирующим органом выступит Министерство энергетики.

Говоря «как только Украина назовет свой координирующий орган...», автор наталкивает читателя на мысль, что договоренность не выгодна Украине, и она тянет с ее реализацией всеми способами, например не назначает контролирующий орган. Используя тактику «анализ – минус» в отношении Украины, автор ставит Россию в оппозицию недисциплинированной и ненадежной Украине, уточняя, что российский наблюдательный орган уже определен.

Примером актуализации данной тактики может служить также следующий текстовый фрагмент: *...представители Евросоюза не поддержали инициативу Украины о внесении в протокол дополнительной декларации, в которой Киев постарался представить себя в белых одеждах. ЕС объявил, что данное приложение может быть рассмотрено лишь как субъективное мнение Украины на ситуацию с транзитом газа.*

Автор умалчивает, каким образом Украина пыталась оправдать себя, использует метафору «представила себя в белых одеждах», что не разъясняет поведение Украины, но придает образность выражению. Автор не уточняет, что содержала в себе не принятая декларация и по каким критериям она была названа субъективной. Отсутствие фактических данных свидетельствует о том, что негативный образ Украины создается только на основе образов и метафор.

Воздействие на чувства адресата – один из приемов манипулирования, который служит реализацией различных тактик. Особенно эффективным признают влияние на подсознательный страх адресата, С.Г. Кара-Мурза так объясняет эффективность использования приемов, актуализирующих эмоцию страха: «иррациональный страх – очень действенное средство “отключения” здравого смысла и защитных психологических механизмов» [4. С. 93]. Подобное манипулирование воздействует на чувства и эмоции читателя. Во многих случаях манипулятивный эффект достигается при помощи актуализации метафорических номинаций, вызывающих негативные ассоциации, провоцирующих страх. Это объясняется тем, что метафора обладает значительным когнитивно-интерпретационным потенциалом. Так, например, использование при характеристике межгосударственного конфликта метафор, образованных в рамках модели «нефтегазовый бизнес – война», способствует формированию ярких образов войны, которые вызывают не только негативные ассоциации, но и страх, непосредственно связанный с военными действиями и их последствиями. Читатель, погружаясь в мир отрицательных ассоциаций, начинает мыслить образами, которыми проще манипулировать. Вот некоторые примеры манипулирования с опорой на актуализацию эмоции страха, реализованного при помощи использования метафорической модели: *Однако возобновление транзита еще не означает окончания «газовой войны» между Украиной и Россией.* Конфликт назван автором «газовой войной», в процессе

развития которой стороны пришли к перемирию, что, однако, не означает конец противостояния. Использование противопоставительного союза «однако» придает выразительность, эмоциональность высказыванию.

Продолжая анализировать метафорическую модель «нефтегазовые отношения – война», выделяем подмодель «участники нефтегазового бизнеса – участники войны», в которой находим актуализацию метафоры «заложники газовой войны»: *Преодолена самая острая фаза российско-украинского газового конфликта, заложником которого стали жители стран Центральной Европы и Балкан. Для рядовых европейцев совершенно все равно, кто, как и почему перекрыл им газовый вентиль – «Газпром» или «Нафтогаз Украины». Главное, что они в полной мере ощутили себя заложниками энергетических поставок с Востока.*

Данные метафоры представляют собой центральный образ статьи. Некоторое сходство между положением людей, попавших в заложники во время военных действий, и европейцев, которые вынуждены оставаться без поставок газа в зимнее время из-за конфликта поставщика и транзитера, дает основание автору использовать данную метафору. По определению МАС, «заложник – лицо, насильственно задержанное в обеспечение выполнения каких-либо обязательств или требований государством или организацией, к которым данное лицо принадлежит» [5]. В рассматриваемых примерах есть жертва – европейцы, сторона, взявшая европейцев в заложники, – Россия и отчасти Украина, а также сторона, которая была вынуждена принять меры для освобождения заложников, – Евросоюз. Именно эти смыслы являются когнитивным основанием для создания подобной метафоры. Не стоит забывать, что заложники становятся жертвами насилия. По отношению к европейцам не было применения насилия в прямом значении этого слова, однако автор формирует образы, которые позволяют автору реализовать манипулятивный потенциал, заложенный в метафоре. С.Г. Кара-Мурза писал о том, что мы мыслим образами и вызванные в нашем сознании образы вызывают другие, с которыми нет никакой логической связи [4]. Соглашаясь с автором, считаем, что подобная метафора способна вызывать в сознании читателя картины войны, жертвами которой стали европейцы. Данная метафора призвана придать драматизм ситуации, вызывая отрицательные эмоции, актуализируя еще один тип участников «газовой войны»: кроме «противников» и «сторонников», появились жертвы среди мирного населения – «заложники». Предположение, что России и Украине выгодно «взять европейцев в заложники» основано не на логических выводах, а на догадках автора: *...на этот раз обе конфликтующие страны, скорее всего, намеренно обострили ситуацию до предела, стараясь получить максимум политических и экономических дивидендов.*

Далее находим противоречие в словах автора: он констатирует «взаимный проигрыш и России, и Украины». Контекст демонстрирует актуализация вышеупомянутой метафорической модели – «проигрыш в нефтегазовой сфере – проигрыш в войне». Кроме того, данная метафора используется как средство реализации тактики ложных ассоциаций, с помощью которых фор-

мируется негативное отношение к странам как агрессорам, приносящим вред мирным жителям, а также в тактике «анализ – минус», так, с использованием данного метафорического образа актуализируются отрицательные стороны конфликта.

Манипулирование на основе актуализации эмоции страха в статье реализовано также следующим образом: *Для рядовых европейцев совершенно все равно, кто, как и почему перекрыл им газовый вентиль – «Газпром» или «Нафтогаз Украины». Главное, что они в полной мере ощутили себя заложниками энергетических поставок с Востока – а это неизбежно заставит их задуматься над тем, как обезопасить себя на будущее.* Очевидно, что не рядовые европейцы будут решать, где покупать газ, поэтому такой комментарий лишен какого-либо смысла, однако потенциальная возможность угрозы отношениям России с Евросоюзом вызывает тревожные чувства – автор манипулирует страхом лишиться партнерства с ЕС и доходов, которые оно приносит. Кроме того, выражение «рядовой европеец» несет двойную смысловую нагрузку. С одной стороны, в прямом номинативном значении *рядовой* – «обычный, ничем не выделяющийся», однако в переносном смысле – это «солдат, не принадлежащий к командному составу, не являющийся командным» [5]. Таким образом, анализируемая метафора входит в метафорическую модель «нефтегазовый бизнес – война». Рядовой европеец – участник газовой войны.

Во время военных действий стороны прибегают к различным способам достижения цели, например, могут атаковать или использовать тактику угроз. Тем же занимаются деловые партнеры в рамках «газовой войны», эту же тактику использует автор для манипулирования. Так, в высказывании помощника главы «Газпрома» А. Медведева находим реализацию данной тактики. *«Если не будет никаких помех в реализации этого протокола, мы очень надеемся, что транзит может быть возобновлен уже завтра...».* Говоря *«Если не будет никаких помех...»*, А. Медведев не уточняет, что случится, если протокол не будет исполнен. Считаем это косвенной угрозой.

Приведем еще один пример использования тактики косвенной угрозы: *«Не зря в понедельник вечером Александр Медведев заявил... что российский концерн имеет все юридические основания вести переговоры с Украиной по газу «с чистого листа».* Используя тактику обличения, автор пишет: *«Во-первых, стороны еще не согласовали стоимость газа для Украины, и пока продвижений по данному вопросу нет. Во-вторых, можно ожидать продолжения споров о том, кто виноват в прекращении поставок газа в Европу и воровала Украина газ или нет.* Нет точных данных, указывающих на то, что решение этих вопросов приведет к усугублению конфликта. Употребление фразы «воровала Украина газ или нет» может быть проинтерпретировано рядовым читателем как утверждение вины Украины в потерях газа. Синтаксическое строение фразы способствует фиксации именно этих смыслов. Используется фраза с глаголом *воровать* («воровать – похищать принадлежащее другим; красть» [5]), глагол имеет отрицательное оценочное значение и вызывает негативные образы. Сказуемое,

выраженное данным глаголом, стоит перед подлежащим, что усиливает эффект. Автор мог написать дипломатически правильную фразу «осуществляла незаконный отбор газа», но он предпочел использовать разговорную форму, обладающую большей эмоциональной окраской, провоцирующей негативное отношение к Украине.

Далее находим пример применения тактики «обращение к анонимному авторитету». Доказано, что одним из самых эффективных методов влияния является обращение к авторитетному источнику, который якобы обладает секретными, недоступными знаниями, что придает сообщению большую важность и авторитетность: *«В полной мере картину может оценить только тот, кто точно знает структуру и объемы финансовых потоков, созданных российско-украинским транзитом газа в Европу.»*

Тактика самопрезентации направлена на заострение внимания на положительном образе, выгодном для манипулятора. Этот образ противопоставляется отрицательному образу оппонента, поэтому можно считать, что подобная тактика также реализует стратегию на понижение: *«Таким образом, приложение к протоколу в виде украинской декларации стало бессмысленным, а поскольку Россия наотрез отказалась подписывать протокол с декларацией Киева, последний вынужден был отступить от своих требований.»* Автор не уточняет, почему не была принята декларация и кто сыграл в этом решающую роль – ЕС или Россия. Однако, прочитав, что *«Россия наотрез отказалась подписывать протокол с декларацией Киева»*, читатель может прийти к выводу, что мнение российской стороны стало решающим. Таким образом происходит формирование положительного образа страны.

Речевые средства предлагают манипулятору широкий набор приемов, которые могут реализовывать различные тактики и стратегии. Читатель поддается воздействию различных речевых средств, поскольку его внимание отвлекают яркие образы, средства выразительности, организованные в текстовом пространстве так, что легко поддаться предлагаемой манипулятором логике. Рассмотрим следующие примеры использования речевых средств.

В статье публицистического характера мы обнаруживаем использование экономической терминологии. Обилие терминов эксплуатирует авторитет науки и придает сообщению в частности и статье в целом большую значимость. В сознании читателя автор, использующий определенный термин, ассоциативно связывается с человеком, близким данной сфере. Употребление экономической терминологии, такой как *экспортные поставки, финансовые потоки, экономические дивиденды*, приравнивает автора статьи в сознании читателя к экономисту, компетенция которого позволяет рассуждать об экономических отношениях двух стран. Юридические термины придают беспристрастность и объективность суждению, используют авторитет закона: *юридические основания, хозяйственный суд, срок действия меморандума.*

Пассивные конструкции, безличные предложения, лишённые субъекта действия, снимают ответственность за сказанное с их автора, кроме того, мнению

одного человека придает эффект массовости, поскольку выраженная точка зрения перестает быть связанной с одним лицом. Приведем примеры реализации данного приема: *Таким образом, можно считать, что преодолена самая острая фаза российско-украинского газового конфликта, заложником которого стали жители стран Центральной Европы и Балкан.*

*Но что можно определить совершенно точно, так это взаимный проигрыш и России, и Украины.*

*Во-вторых, можно ожидать продолжения споров о том, кто виноват в прекращении поставок...*

Прием гиперболизации используется для интенсификации как положительных, так и отрицательных признаков объекта или явления действительности. В статье обнаружено использование степеней сравнения, средств семантической гиперболизации: *...преодолена самая острая фаза российско-украинского газового конфликта...*

*Или вдруг найдутся какие-то очень веские технологические причины у российской стороны для ограничения или даже прекращения поставок?*

*...стараясь получить максимум политических и экономических дивидендов.*

Речевые штампы и клише, по мнению В.Е. Чернявской, провоцируют «выключение рефлексии у адресатов. В результате какие-то области жизни, явления воспринимаются автоматически, не критично» [б. С. 53]. Находим использование следующих речевых клише: *«документ был подписан всеми сторонами», «по условиям соглашения», «по его словам», «как отмечает директор», «не поддержали инициативу», «заявил в эфире радиостанции».*

Проанализировав текстовый материал, представленный в статье «Заложники Востока», мы выявили использование разнообразных речевых средств, кото-

рые реализуют различные тактики манипулирования. В текстовом материале реализованы следующие лексические средства выразительности: средства семантической гиперболизации – сравнения, относительные местоимения, слова с ярко выраженной эмоциональной оценкой, метафоры-клише и штампы. Синтаксические средства, реализующие манипулятивный эффект, представлены пассивными конструкциями, особым порядком основных членов предложения, подчиненным замыслом автора. В рамках реализации тактики «анализ – минус» наблюдается использование слов с негативной оценочной семантикой, отрицательных частиц, метафор, актуализирующих эмоцию страха. Тактика «самопрезентация» маркирована использованием средств семантической гиперболизации.

Автор прибегает к следующим тактикам манипулирования общественным мнением: «анализ – минус», «обвинение», «обличение», «угроза», «ложные ассоциации», «обращение к анонимному авторитету». Кроме того, манипулирование достигается за счет актуализации эмоции страха.

В наши задачи входила разработка классификации стратегий и тактик манипулирования. В результате мы пришли к выводу, что можно осуществить классификацию тактик манипулирования, взяв за основу классификации *противопоставление когнитивных сфер*, воздействие на которые обеспечивает манипулирование волей адресата. Воздействие может быть оказано на *логическое мышление* или на *эмоции* жертвы манипулирования. В таком случае тактику угроз, обличения можно отнести к способам воздействия на чувства и эмоции. Тактики «анализ – минус», «обвинение», «обращение к анонимному авторитету», «самопрезентация» относим к тактикам, ориентированным на логическое мышление.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М.: Изд-во МГУ, 1997. 344 с.
2. Заложники Востока // Эксперт ONLINE 2.0. 2009. № 46. URL: <http://www.expert.ru/2009/01/12/ros-ukr-tranzit/>
3. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Едиториал УРСС, 2003. 284 с.
4. Кура-Мурза С.Г. Манипуляции сознанием. Киев: Орианы, 2000. 490 с.
5. Словарь русского языка: В 4 т.: Описание ЭНИ // Фундаментальная электронная библиотека «Русская литература и фольклор» (ФЭБ). М., 2005. URL: <http://www.feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/0encyc.htm/>
6. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса. М.: Флинта, 2006. 136 с.

Статья представлена научной редакцией «Филология» 15 марта 2011 г.