

RU

## Лингвокогнитивные средства манипуляции в англоязычных медиатекстах

Рябуха О. В., Шлопакова Д. Л.

**Аннотация.** Цель работы заключается в том, чтобы выявить лингвокогнитивные технологии манипуляции, которые активно используются для воздействия на адресата в медиатекстах британских СМИ. Научная новизна работы заключается в том, что в ней определены способы манипулятивного воздействия на аудиторию, используемые авторами современных медиатекстов, опубликованных в 2021 г. В результате доказано, что для скрытого воздействия на реципиента авторы прибегают к селекции информации, которая вписывается в выбранную линию повествования, утаиванию фактов, опровергающих авторскую позицию, искажению действительности посредством смещения акцентов в изложении материала и изменения контекста. Средства выразительности языка обеспечивают выгодное для журналиста восприятие сообщения реципиентом и способствуют осуществлению манипулятивного воздействия на читателя.

EN

## Linguocognitive Means of Manipulation in English-Language Media Texts

Ryabukha O. V., Shlopakova D. L.

**Abstract.** The aim of the paper is to identify linguocognitive technologies of manipulation that are actively used to influence the addressee in media texts of the British mass media. Scientific novelty of the work lies in the fact that it determines the methods of manipulative influence on the audience used by the authors of modern media texts published in 2021. As a result, it has been proved that in order to influence the recipient in a covert fashion, the authors resort to selecting information that fits into the chosen narrative line, hiding facts that refute the author's position, distorting reality by shifting the emphasis in the presentation of the material and changing the context. Expressive means of the language ensure such perception of the message by the recipient that is favourable for the journalist and contribute to the implementation of manipulative influence on the reader.

### Введение

Данная статья посвящена изучению лингвокогнитивных средств для осуществления манипулятивного воздействия, которые встречаются в англоязычных медиатекстах. Актуальность исследования обусловлена возрастающей ролью средств массовой информации в управлении сознанием аудитории. Влияние средств массовой информации на общество значительно возросло в XXI веке. Повсеместное использование манипулятивных стратегий средствами массовой информации стирает границы правды и вымысла и выдвигает на передний план необходимость критического осмысления информации. В связи с этим представляется необходимым рассмотреть феномен манипулятивного воздействия в англоязычных медиатекстах, а также лингвокогнитивные средства, позволяющие скрыто воздействовать на реципиента.

Для достижения указанной цели исследования были поставлены следующие задачи: во-первых, выделить основные стратегии манипулятивного воздействия, применяемые авторами медиатекстов; во-вторых, проанализировать современные тексты на предмет использования обозначенных стратегий; в-третьих, выделить средства языка, позволяющие реализовывать подобное воздействие.

В ходе работы использовались методы описания и обобщения, а также дискурсивный анализ медиатекстов. Сбор материала для исследования был выполнен с помощью метода сплошной выборки. Для подведения итогов исследования был применен описательный метод. Материалом, послужившим для реализации научного исследования, стали статьи общественно-политической тематики, полученные из электронных версий аутентичных газет "The Guardian".

Теоретической базой исследования послужили публикации российских и зарубежных авторов, занимающихся вопросами использования лингвистических средств для осуществления воздействия на аудиторию в области лингвистики, журналистики, психологии: по теории речевого воздействия – И. А. Стернина (2012), О. С. Иссерс, Г. А. Копниной, В. Е. Чернявской (2006); по психологии манипуляции – С. А. Зелинского, С. Г. Кара-Мурзы; по лингвистике текста – И. Р. Гальперина, В. И. Карасика (2002). Важным аспектом исследования явилось определение нарративизации Шэрил Аткиссон (Attkisson, 2020).

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования результатов исследования в процессе обучения студентов языковых специальностей по дисциплинам стилистической направленности при анализе текстов, в рамках изучения стилистических средств и освоения жанровой специфики медиатекстов. Данная работа может также быть применена в педагогической деятельности на факультете журналистики при изучении спецкурсов по медиалингвистике. Полученные данные могут найти применение в процессе учебно-методической деятельности при создании учебных пособий.

## Основная часть

### *Речевое воздействие на реципиента*

Ученые указывают на взаимосвязь существования языка и человека: невозможно представить язык без человека, использующего его, как и невозможно обратное: «...мы существуем прежде всего в языке и при языке» (Хайдеггер, 1993, с. 259). Язык выполняет не только коммуникативную функцию, являясь средством передачи сообщения, но также используется для воздействия на адресата.

И. А. Стернин (2012, с. 56) разграничивает понятия «речевое воздействие» и «манипулирование». Речевое воздействие – воздействие на собеседника с помощью речи для убеждения его **сознательно** изменить свою точку зрения, принять решение касательно какого-либо действия или сообщить необходимую информацию. В свою очередь, манипулирование является скрытым воздействием на собеседника с целью побудить его изменить свое мнение, позицию касательно какого-либо явления **неосознанно** и **вопреки** собственному намерению.

Именно скрытый характер воздействия на реципиента является фундаментальным признаком манипуляции. Поскольку манипулятор скрыто влияет на адресата, последнему зачастую не удается понять его реальные цели и избежать подобного воздействия. Как отметил В. И. Карасик (2002), «если говорящий скажет, что его сообщение имеет манипулятивную цель, то произойдет “иллокутивное самоубийство”, коммуникация примет несерьезный характер» (с. 67).

Использование средств речевой выразительности в манипулятивных целях широко распространено в газетных текстах, при этом зачастую они воспринимаются реципиентами без осмысления того факта, что на них осуществляется какое-либо воздействие. Как замечает А. В. Молодыхенко (2011), «степень успешности манипуляций в значительной мере зависит от того, насколько широк арсенал используемых средств воздействия и насколько их использование гибко и вариативно» (с. 42). Среди манипулятивных средств можно выделить такие, как селекцию, умолчание и искажение информации.

### *Селекция*

Под селекцией понимается отбор информации в манипулятивных целях. Желая сформировать у аудитории выгодное изданию мнение, журналисты прибегают к презентации той информации, которая соответствует поставленным перед ними задачам. Соответственно, селекция построена на избирательной подаче информации. В книге “Slanted”, написанной журналистом с 36-летним опытом работы Шэрил Аткиссон (Attkisson, 2020, с. 5), утверждается, что средства массовой информации присоединились к попыткам убедить общественность, что она не нуждается в доступе ко всей информации, а лишь к той ее части, которую влиятельные лица сочтут подходящей. Этот взгляд на происходящее в сфере масс медиа подтолкнул к созданию термина “narrative” – доктрины или истории, применяемого для определения допустимой информации и описания отбора идей, которые насаждаются в обществе и не должны подвергаться сомнению. Многогранные вопросы при этом описываются однобоко, в ущерб логике и объективности. Целью нарративизации действительности при этом является внедрение определенных идей, насаждение их в общественное сознание, чтобы они более не подвергались сомнению. Стандарты и логика оценивания происходящего в таком случае подстраиваются под удобную автору позицию.

Например, в статье “The Guardian” под заголовком “UK must be ready for war with Russia, says armed forces chief” («Великобритания должна быть готова к войне с Россией, заявил главнокомандующий вооруженными силами») (здесь и далее перевод выполнен авторами статьи. – О. Р., Д. Ш.) от 14 ноября 2021 г. средства выразительности языка способствуют созданию желаемого враждебного образа государства, при этом скрыто воздействуя на адресата (Mason, 2021).

Статья посвящена влиянию России на миграционный конфликт, возникший между Польшей и Белоруссией. Автор статьи формирует негативный образ о России как о воинственном государстве, используя метафору: “...Russia was in a hybrid playbook where you link disinformation to destabilisation and the idea of pushing migrants on to the European Union’s borders is a classic example of that sort of thing” (Mason, 2021). / «Россия находилась в гибридном сценарии, где дезинформация связывается с дестабилизацией, а идея вытеснения мигрантов

к границам Европейского союза – классический пример такого положения дел». За неимением в статье фактов и объективных доказательств причастности Российской Федерации к возникшему конфликту автор статьи апеллирует к уже сложившемуся за рубежом образу России как воинственно настроенного государства по отношению к другим европейским странам посредством использования лексических единиц “*disinformation*” и “*destabilization*”, которые образованы с помощью отрицательных приставок “*dis-*”, “*de-*”.

Далее в статье автор спекулирует на тему того, что Россия использовала ситуацию на границе Беларуси и Украины в качестве «классического отвращения внимания»: “...*the Belarus and Ukraine border situations were classic distraction by the Russian government of the type that had been going on for years and years and years*...” (Mason, 2021). / «Ситуация на границе Беларуси и Украины была “классическим отвращением внимания” со стороны российского правительства, которое продолжалось “годами”». Использование эпитета “*classic*” (классический) апеллирует к устойчивой ассоциации, что подобная политическая стратегия используется регулярно, поэтому уже не воспринимается как нечто вопиющее или возмутительное. Дополняет уже сложившийся образ троекратное повторение слова «годами» – здесь лексический повтор создает ощущение непрерывности и замкнутого круга.

Уход от фактического описания к оценочному через использование эмоционально окрашенных дескриптивных компонентов внушает читателю определенное видение ситуации. «Язык как семиотическая система закладывает возможность вариативного отражения объективной действительности средствами этого языка. При общем денотативном значении слова возможны различия в его коннотациях – дополнительных эмоционально-оценочных субъективно-личностных значениях. План содержания и план выражения высказывания не являются зеркальными, совпадающими один к одному; глубинная и поверхностная структуры высказывания не тождественны... Эффект речевого воздействия является, таким образом, результатом и следствием возможной вариативности языкового формулирования и соответственно, интерпретации» (Чернявская, 2006, с. 14-15).

Другой широко применяемый способ однобокого представления информации в новостном дискурсе – это применение разграничения «свой – чужой». «Оппозиция “свои – чужие” является не только культурной константой, которая определяет специфику политического, но играет ведущую роль в формировании ориентационного пространства в условиях информационного противостояния» (Медведева, 2020, с. 123). К «специализированным знакам интеграции» Н. Е. Медведева относит такие маркеры «свои», как: инклюзивное «мы», лексемы совместности, формулы причастности. Среди английских эквивалентов, выполняющих интегративную функцию, можно обозначить такие лексические единицы, как *we, us, our, all, altogether, as everyone* и ряд других. К маркерам чуждости она причисляет дейктические и полнзначные знаки, содержащие компонент дистанцирования; показатели умаления значимости, показатели недоверия к оппоненту, навешивание ярлыков, слова с семантикой изгнания. В англоязычных текстах они могут репрезентироваться посредством местоимений *they, these, those*, словами и выражениями *so called, seemingly, some, different, various* и др.

Собирательный эффект инклюзивных местоимений, включение целевой аудитории в круг потенциальных адресатов в противовес использованию лексических единиц с компонентов дистанцирования способствуют созданию оппозиции «свой – чужой».

#### Умолчание

Умолчание информации (утаивание, сокрытие, блокирование) представляет собой утаивание каких-либо фактов. Например, новости, противоречащие повестке издания, могут намеренно не публиковаться и не освещаться. Или же новости могут преподноситься только с одной позиции, все противоречащие ей факты заретушеваны или полностью опускаются автором. Повествование превращается в насаждаемую обществу концепцию, в рамках которой происходит блокирование всей фактической информации, которая не вписывается в одну повествовательную линию. Обратимся к статье Гордона Брауна “*A new Covid variant is no surprise when rich countries are hoarding vaccines*” («Неудивительно появление нового варианта Ковид в то время, когда развитые страны запасаются вакцинами впрок и не используют их»), в которой неэффективной дистрибуции вакцины приписывается ведущая роль в распространении и мутации вируса (Brown, 2021). Статья посвящена критике политики развитых стран, которые не выполняют свои обязательства и запасают вакцины, в результате чего появляются новые разновидности Covid-19 в бедных странах. Гордон Браун – представитель ВОЗ по вопросам глобального финансирования здравоохранения и являлся премьер-министром Великобритании с 2007 по 2010 год. “*Our failure to put vaccines into the arms of people in the developing world is now coming back to haunt us... In the absence of mass vaccination, Covid is not only spreading uninhibited among unprotected people but is mutating, with new variants emerging out of the poorest countries and now threatening to unleash themselves on even fully vaccinated people in the richest countries of the world*” (Brown, 2021). / «Неудачная попытка доставить наши вакцины в развивающиеся страны теперь возвращается к нам бумерангом... В отсутствие массовой вакцинации Ковид не только быстро распространяется среди непривитых людей, но также мутирует, его новые варианты появляются в самых бедных странах и грозят обрушиться даже на полностью вакцинированных людей из экономически развитых стран мира». Другие причины распространения при этом не учитываются, нежелание ряда людей прививаться, наличие прочих факторов мутации вируса полностью нивелируются и не рассматриваются автором статьи, при этом манипулятивное воздействие реализуется за счет умалчения данной информации. Кроме того, использование лексических единиц “*failure*”, “*threatening*”, обладающих негативной коннотацией, влияет на понимание содержания сообщения реципиентом.

Аналогичным образом выбор подходящей для создаваемого текста информации применяется и при перечислении стран, внесших свой вклад в поставку вакцин странам третьего мира, – Большая семерка (G7), Евросоюз, Новая Зеландия, Австралия и Китай, роль других стран при этом утаивается.

Тактика утаивания и блокирования информации часто сочетается с манипуляцией посредством селекции. В обсуждаемой статье острая критика действий политиков отражена также в использовании средств выразительности языка, в частности метафоры «арифметика неудач» (*“the arithmetic of failure”*). Метафора воздействует на сознание реципиента не непосредственным путем, а путем возникновения ассоциативных цепочек. В данном случае метафора подчеркивает, что темпы вакцинации в бедных странах являются провальными и недостаточными для решения проблемы. Идея провала при этом является ключевой, вокруг которой организован весь текст. Автор прибегает к использованию антитезы, противопоставляя успехи ученых и провалы мировых лидеров: *“...but given the contrast between the success of our scientists and the failure of our global leaders...”* (Brown, 2021). / «...но учитывая контраст между успехом наших ученых и провалом наших мировых лидеров...». Антитеза, выраженная антонимами *“success”* и *“failure”*, подчеркивает разительный контраст между достижениями ученых, которые будут оставаться напрасными, и неправильной политикой, и медлительностью политических элит. Противопоставляя деятельность представителей этих профессий, автор скрыто воздействует на адресата своего сообщения, поскольку большинство людей выше оценят деятельность ученых, нежели политиков, которая яро критикуется в контексте всей статьи.

Прибегая к использованию антитезы и контраста на основе лексем с антонимичным значением *“success”* – *“failure”*, автор статьи скрыто воздействует на восприятие политиков в сознании аудитории, создавая нелицеприятный образ, а также подводит адресата к вполне однозначному выводу, что вина и ответственность за распространение коронавирусной инфекции лежит на плечах мировых лидеров. Двуполярное изображение мира, представление участников ситуации как виновных-невиновных, бедных-богатых, своих-чужих и окрашивание самой ситуации в черно-белый цвет является одним из ведущих приемов манипулирования. «Медиапредставление является собой реконструкцию реальности... порой настолько ярко выраженную, что это приводит к созданию удаленного от реальности или заведомо ложного образа, искусственно созданного средствами массовой информации» (Рябуха, 2020, с. 78).

#### Искажение

Искажение информации – это преобразование информации, смещение акцентов, а также деформация сообщения. При этом сообщение намеренно передается необъективно с целью сбить читателя или слушателя с толку, скрыть реальное соотношение освещаемого события с другими фактами для достижения определенной цели.

Статья *“The Tories lied their way to Brexit. What is this but sleaze?”* («Тори лгали, чтобы добиться Брексита. Что это, если не подлая уловка?») под авторством Уильяма Кигана от 14 ноября 2021 г. посвящена критике Брексита – выхода Великобритании из Евросоюза (Keegan, 2021). До сих пор это решение весьма неоднозначно трактуется в Великобритании, разделив политиков и жителей страны на сторонников и ярых оппонентов, к числу которых причисляет себя и автор статьи. Он находит прямую зависимость между тем, как сторонники Брексита являются участниками парламентских скандальных дел. Эпитет *“sleaze”* (аморальный, скользкий, подлый) находится в сильной позиции – в заголовке статье. Обращаясь к использованию эпитета, имеющего крайне негативную коннотацию, автор создает крайне негативный образ сторонников Брексита среди политической элиты. Эпитеты способствуют формированию оценочного мнения, причем весьма однозначного, в сознании адресата. Кроме того, это слово становится ключевым для статьи, поскольку однокоренные и производные слова находятся не только в заголовке, но в самом содержании статьи шесть раз, становясь некой устойчивой ассоциацией (*sleaze scandal, sleazy operation, sleaze operation, sleaziest of misrepresentation...*). В дальнейшем *“sleaze”* используется в превосходной степени *“the sleaziest”*, что демонстрирует максимальную степень аморальности приверженцев данной политики среди политических лидеров.

Выбор лексических единиц *sleaze, sleazy, the sleaziest* не случаен, поскольку отражает отрицательную оценку происходящего автором и навязывает читателю определенное отношение к описываемым событиям посредством управления его восприятия ситуации. Повторяющееся использование в тексте лексической единицы *“sleaze”* и «выбор ключевого слова как персуазивной доминанты может стать очень действенным приемом манипуляции общественным сознанием» (Чернявская, 2006, с. 54).

Другим широко применяемым способом искажения информации является изъятие фактов из контекста или изменение контекста. Значение цитаты, изъятая из контекста, может полностью измениться. Ошибка видного деятеля, представленная не в отдельности, а намеренно поставленная в ряд с другими неудачами, уже не является отражением действительности, а служит доказательством авторской идеи о плачевном состоянии дел данного человека.

Обратимся к статье *“The Guardian”* от 14 ноября под заголовком *“Ten days that turned Boris Johnson from election winner to political liability”* («Десять дней, которые превратили Бориса Джонсона из победителя на выборах в политическую обузу») (Helm, Savage, 2021). В данной статье идет речь о том, как за краткий период времени кардинально изменилась роль и позиция Бориса Джонсона в политической системе.

Автор статьи связывает крушение образа Бориса Джонсона, в частности, с его попытками спасти карьеру своего друга, несмотря на «вопиющие» нарушения правил палаты общин: *“...egregious breaches of Commons*

rules". Использование подобного эпитета формирует негативное представление о каком-либо поступке или явлении, приводя к созданию в восприятии реципиента отрицательной установки. На этом критика Бориса Джонсона не прекращается, поскольку автор переключается на критику политических решений: "*Frustration at the government's antics extends right across the Conservative parliamentary party*" (Helm, Savage, 2021). / «Разочарование по поводу выходов правительства распространяется на всю консервативную парламентскую партию». Из всего синонимичного ряда автором выбрано слово «выходки», имеющее негативную коннотацию. Лексические единицы, такие как "*frustration*", также имеют негативную коннотацию, согласно своему определению. Например, "*frustration*" определяется в Кэмбриджском словаре как "*the feeling of being annoyed*", в то время как "*antics*" трактуется как "*funny, silly behavior*" (Cambridge Dictionary, 2022). Использование вышеуказанных слов вызывает эмоциональный отклик у адресата без его сознательного осмысления процесса воздействия.

## Заключение

Таким образом, мы приходим к следующим выводам.

Среди основных стратегий манипулятивного воздействия можно выделить искажение, умолчание и селекцию. Посредством преобразования, утаивания и выборочного представления информации авторы медиатекстов представляют читателю определенную точку зрения, навязывают ее своей целевой аудитории, пытаясь тем самым изменить концептуальную картину мира реципиента на желаемую и выгодную.

Как показывает анализ современных медиатекстов, манипулятивное воздействие реализуется при помощи особой организации текста и искусного владения языком. Искажение информации осуществляется при помощи навешивания ярлыков, использования оппозиции «свой-чужой» и смещения акцентов при передаче происходящего. К приемам умолчания информации (утаивания, сокрытия, блокирования) относят частичное, выборочное представление фактов. Селекция информации представлена использованием ссылок на авторитетное мнение и нарративизацией.

Для осуществления манипулятивного воздействия авторы медиатекстов используют такие языковые средства, как: метафоры, эпитеты, сравнения, повторы, антитезы и другие средства выразительности. В целях скрытого воздействия на реципиента авторы современных медиатекстов применяют те лингвистические средства, которые вписываются в единую повествовательную линию. Использование вариативных возможностей языкового формулирования и выбор лексических средств, обладающих определенным эмоционально-оценочным значением, позволяют заставить адресата нужным образом интерпретировать информацию.

Перспективы дальнейшего исследования мы видим в более детальном изучении применения языковых средств, используемых для реализации интенции автора. Способность критически воспринимать любой источник информации позволяет избежать манипулятивного воздействия и сформировать собственное мнение, непредвзято оценивая факты и аргументы.

## Источники | References

1. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.
2. Медведева Н. Е. Языковая личность в контексте информационного противоборства // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. 2020. Т. XVII. Вып. 1.
3. Молодыхенко А. В. Сильные позиции начала и конца текста как способ воздействия на адресата // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. 2011. Вып. 22 (233).
4. Рябуха О. В. К вопросу типологии и интерпретации медиатекстов // Исследования языка и современное гуманитарное знание. 2020. Т. 2. № 2. DOI: 10.33910/2686-830X-2020-2- 2-72-80
5. Стернин И. А. Основы речевого воздействия. Воронеж: Истоки, 2012.
6. Хайдеггер М. Время и бытие: статьи и выступления. М.: Республика, 1993.
7. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия: уч. пособие. М.: Флинта; Наука, 2006.
8. Attkisson S. Slanted: How the News Media Taught Us to Love Censorship and Hate Journalism. 1st ed. N. Y.: Harper, 2020.
9. Brown G. A new Covid variant is no surprise when rich countries are hoarding vaccines. 2021. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2021/nov/26/new-covid-variant-rich-countries-hoarding-vaccines>
10. Cambridge Dictionary. 2022. URL: <http://dictionary.cambridge.org>
11. Helm T., Savage M. Ten days that turned Boris Johnson from election winner to political liability. 2021. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2021/nov/14/ten-days-that-turned-boris-johnson-from-election-winner-to-political-liability>
12. Keegan W. The Tories lied their way to Brexit. What is this but sleaze? 2021. URL: <https://www.theguardian.com/business/2021/nov/14/the-tories-lied-their-way-to-brexit-what-is-this-but-sleaze>
13. Mason R. UK must be ready for war with Russia, says armed forces chief. 2021. URL: <https://www.theguardian.com/uk-news/2021/nov/14/uk-must-be-ready-for-war-with-russia-says-armed-forces-chief>

### Информация об авторах | Author information

**RU**

**Рябуха Ольга Владимировна**<sup>1</sup>, к. филол. н., доц.

**Шлопакова Дарья Леонидовна**<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, г. Санкт-Петербург;  
Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций  
им. проф. М. А. Бонч-Бруевича

<sup>2</sup> Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, г. Санкт-Петербург

**EN**

**Ryabukha Olga Vladimirovna**<sup>1</sup>, PhD

**Shlopakova Daria Leonidovna**<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Herzen State Pedagogical University of Russia, St. Petersburg;  
The Bonch-Bruevich Saint Petersburg State University of Telecommunications

<sup>2</sup> Herzen State Pedagogical University of Russia, St. Petersburg

<sup>1</sup> [starlight533@mail.ru](mailto:starlight533@mail.ru), <sup>2</sup> [d\\_shlopakova@inbox.ru](mailto:d_shlopakova@inbox.ru)

### Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 29.03.2022; опубликовано (published): 30.06.2022.

**Ключевые слова (keywords):** медиатекст; манипуляция; речевое воздействие; лингвокогнитивные средства;  
media text; manipulation; speech influence; linguocognitive means.