

МАНИПУЛИРОВАНИЕ В ЛИНГВИСТИКЕ

Рассматривается достаточно универсальное и широко распространенное явление манипулирования как своеобразного способа социальной регуляции, управления, контроля и детерминации жизни личности. Описываются разнообразные «манипулятивные технологии» и приемы: искажение информации, утаивание информации, имплицитная подача информации, намеренный выбор способа и времени подачи информации и др. Особое внимание уделяется разнообразным языковым средствам и предпосылкам их использования в качестве манипулятивных.

Манипулирование — достаточно универсальное явление, его можно обнаружить во всех социально значимых сферах жизнедеятельности человека. Этот феномен служит объектом изучения многих наук. Соответственно в различных областях знания — в медицине, технике, политике и т. п. — существует множество определений этого явления. Так, например, в политике манипулирование трактуется как воздействие на общественное мнение и поведение людей в нужном определенным властным или общественным структурам направлении, воздействие, нацеленное на внедрение определенных установок, стереотипов, эксплуатирующее предрассудки различных планов и опирающееся на неосознанные восприятия¹. Политологи выделяют понятие «манипулятивные тактики» как подкласс более пространного понятия политической власти, как злейшее проявление лица власти, как

средство подрывания сопротивления власти, которое становится возможным вследствие обмана и против собственного желания манипулируемых.

Первый признак манипулятивной тактики — *обман*, «*скрытое вмешательство*», несущее в себе импликацию хитрости. В этом случае субъект не осознает, что по отношению к нему был осуществлен манипулятивный акт. Отправитель сообщения намеренно скрывает акт манипуляции от партнера, партнер подчиняется в ошибочном убеждении, что действует в своих собственных интересах

Второй признак — «*нежеланное вмешательство*», затрагивающее изменение обычного хода событий вопреки желанию манипулируемого, то есть это ситуация, когда люди вынуждены делать то, что в другом случае они не сделали бы.

Таким образом, манипуляция в политике рассматривается как воздействие, сопровождаемое утаиванием или иска-

жением информации, не обязательно против интересов манипулируемого, но против его желания².

Закономерно, что наиболее детальному изучению явление манипуляции подверглось в психологии. Психологи определяют манипуляцию как вид психологического воздействия, используемый для достижения одностороннего выигрыша посредством скрытого побуждения другого к совершению определенных действий^{3,4,5}.

В социальной психологии манипулирование рассматривается, как попытка контролировать поведение партнера, попытка получить над ним власть или преимущество за счет создания такой ситуации, в которой индивид будет вынужден вести себя выгодным для манипулятора образом, не имея выбора или не осознавая его⁶, то есть манипулирование трактуется как вид применения власти, при котором обладающий ею влияет на поведение других, как односторонняя игра, когда цель и правила известны одному партнеру, а второй пребывает в неведении⁷.

Таким образом, манипулирование рассматривается как своеобразный способ социальной регуляции, управления, контроля и детерминации жизни личности при помощи различных средств экономических, политических, социальных.

Для достижения данной цели используют разнообразные приемы:

- манипулирование потребностями субъекта (использование желаний, интересов партнера);
- манипулирование чувствами субъекта (использование эмоций, страстей);
- «духовное» манипулирование (формирование у субъекта определенных идеалов и ценностей);
- интеллектуальное манипулирование (навязывание субъекту неких мнений, точек зрения);
- символическое манипулирование (формирование устойчивой реакции человека на определенные символы)⁸.

Основными составляющими манипулирования называют жульничество, различные ухищрения, подтасовку фактов.

Манипуляциями в общении, в контексте межличностных отношений называют систему заранее продуманных действий одного партнера по отношению к другому с целью получения определенной выгоды⁹.

Понятие *манипуляции* в лингвистике изучено мало, а имеющиеся сведения довольно разрозненны. Известны точки зрения, когда речевые манипуляции понимаются как нарушения аргументации — псевдоаргументация¹⁰, как средство воспитания в ситуации «коммуникативного саботажа» и лингвистической демагогии¹¹, как средство достижения целей посредством убеждения¹².

Исследователи типологии дискурса отмечают, что в стратегических целях коммуникант может манипулировать образцами диалога (аффилятивный, интерпретационный, диалог-интервью, инструментальный). Так, для маскировки интереса к определенной информации, коммуникант вместо диалога-интервью может использовать образец интерпретационного диалога¹³.

Манипулятивный диалог понимается как диалог, осуществляемый не с целью информирования, а с целью оказания воздействия¹⁴. Говорящий использует возможности языка с целью навязать слушающему определенное представление о действительности, отношение к ней, эмоциональную реакцию или намерение, не совпадающее с тем, какие слушающий мог бы сформировать самостоятельно. Иными словами, осуществляя особый способ подачи информации, используя разнообразные возможности языка, адресант подбирает косвенные, иносказательные способы подачи информации с целью навязать адресату определенное представление о действительности и скрыто, но эффективно воздействовать на него в нужном для адресанта направлении.

Базой широкого распространения в современном мире манипуляций самого разнообразного характера является, прежде всего, разделение общества на социальные группы, территориальные и на-

циональные объединения и т. п., разделение на так называемые микрообщества, которые имеют свои интересы, отличающие их от других.

Другим основанием для возникновения манипулирования являются межличностные отношения, которые проявляются, главным образом, в процессе общения: намерения сторон, степень их несовпадения, стремление воздействовать на адресата, корыстные цели и т. д.

Осуществляя акт манипуляции, манипулятор выбирает определенную стратегию и осуществляет ее с помощью определенных тактик, получивших название «манипулятивных технологий» (см. примеч. 3). К ним относятся: искажение информации, утаивание информации, имплицитная подача информации, намеренный выбор способа и момента подачи информации.

Искажение информации связано с подтасовкой фактов, смещением понятия по семантическому полю, с некорректными сравнениями, с некорректными дополнениями, которые иногда способны перечеркнуть весь смысл. Например: *Our oranges are sweeter*¹⁵.

В подобных сравнительных конструкциях часто отсутствует второй компонент сравнения. Сохранение лишь одного из сравниваемых объектов заставляет реципиента самому вычислить — лучше, чем что: чем конкурирующие марки чего-либо, чем предшествующий товар той же компании, — то есть создается иллюзия выбора, что всегда привлекательно для адресата.

Утаивание информации проявляется в недоговоренности, умолчании — сокрытии определенных фактов и свойств. Информация подается избирательно или освещается лишь частично. Умолчание реализуется в ситуации намеренного обрыва речевой цепи, когда часть сообщения не получает вербального выражения, однако интенциональный смысл сообщения актуализируется в конкретном дискурсе полностью. Например: *Loves the Jobs you Hate*¹⁶.

Умолчание как целенаправленный коммуникативный акт характеризуется стремлением адресанта максимально воздействовать на реципиента. С одной стороны, автор высказывания использует умолчание для привлечения и акцентирования внимания на своей мысли. С другой стороны, отправитель сообщения стимулирует умственную деятельность адресата, побуждает его к поиску, направляет ход его мыслей. В результате этого самостоятельность и осознанность вывода повышают силу воздействия.

Имплицитная подача информации, как известно, — это прямо не выраженная, не имеющая непосредственного материального выражения информация. Имплицитный характер высказывания проявляется в том, что в акте коммуникации при номинации событий и фактов реальной действительности определенные элементы или звенья отображаемого явления не получают эксплицитного выражения. Высказывание содержит ряд моментов подразумевания и передаваемый им смысл значительно больше того, что составляет его кодифицированное и выраженное языковыми средствами значение, то есть смысл высказывания, включающего те или иные языковые знаки, выходит за пределы содержания собственно языковых знаков, входящих в это высказывание. Эксплицитное значение составляет лишь часть его совокупного значения и взаимодействует с другой его частью — имплицитным значением¹⁷. Например: *We'll dye for you* (реклама химчистки).

Здесь обыгрываются значения омофонов *dye* — *die*. Словарное значение лексем *dye* — *give smth. A different colour using a dye*; а слова *die* — *stop living and become dead*. Посредством данного каламбура имплицитно актуализируется смысл: «Мы покрасим ваши вещи» и одновременно «Мы приложим все усилия, чтобы выполнить свою работу отлично и готовы даже умереть ради этого».

Языковые средства, выступающие в качестве манипулятивных, принадлежат различным языковым уровням — фоне-

тическому, грамматическому, синтаксическому. Особенно эффективными в акте манипулирования выступают разнообразные тропы: метафора, метонимия, гипербола и т. п. и средства, относящиеся к лексическому уровню, а именно:

- создание и использование неологизмов, отдельных слов или словосочетаний: *Only two Alka Seltzer ago you were feeling downhearted and low*¹⁸. В данном примере время обозначается нестандартными единицами — «алказельтцерами», что придает высказыванию оригинальность и привлекает внимание;

- переименование — изменение имен тех или иных объектов и явлений и создание новых: *The best salary for refuse officers*¹⁹;

- чрезмерное употребление ключевого слова или его синонимов: *Kellogg's Corn Flakes. That's how you can eat sunshine. Don't let little things distract you when you're eating sunshine*²⁰;

- использование слов, имеющих яркую положительную или отрицательную коннотацию, употребление оценочных или эмоциональных определений при существительных вместо нейтральных: *Sleak Peach; Hanky Pinky; Quite Flame; Warm Coral* (названия губных помад).

Предпосылками использования лексических средств в целях манипуляции являются:

- полисемия, допускающая речевую многозначность либо двусмысленность;

- приобретение словом в некоторых контекстах косвенного смысла, отличного от значения слова в системе языка;

- наличие у слова переносного значения;

- нечеткость, размытость границ понятия, лежащего в основе лексического значения слова, что ведет к невозможности разграничить объемы значений близких по семантике слов;

- присущие некоторым словам определенные коннотативные компоненты значений;

- возможность переструктуризации семного состава слова при его переносном употреблении;

- специфический акт номинации, а именно наречение именем одного объекта другого с целью введения в заблуждение и направление восприятия называемого в ложную сторону.

Скрываемые речевые манипуляции актуализируются посредством определенных способов и приемов. К наиболее частотным из них относятся:

- замещение субъекта действия, когда абстрактные понятия (история, время, страна и т. п.) замещают в высказывании конкретных людей, ответственных за те или иные действия. Этот прием достаточно часто представлен в политике, пропаганде (*Народ нам не простит, если...*). Замещение субъекта действия часто осуществляется как прием пассивизации и имперсонализации, что обусловлено нежеланием говорящего брать на себя ответственность за сообщаемую информацию;

- приемы ложной аналогии (сопоставляются объекты, связь между которыми устанавливается тенденциозно), псевдокаузальной связи, ложного отождествления (тавтологические объяснения), ложных ссылок на авторитет (лицу или группе лиц приписываются высказывания, которых не было), на общеизвестные истины (спорное утверждение принимается за аксиому или известные факты ставятся под сомнение), на предшествующий контекст, случаи переключения темы в дискурсе.

Скрываемые речевые манипуляции, как отмечалось выше, всегда интенциональны, декодирование их смысла — сложный процесс, который включает в себя несколько этапов, осуществляемых как одновременно, так и иерархически.

В процессе социологизации человек овладевает определенными знаниями, которые существуют в его мозгу в виде схем, скриптов, сценариев. В состав базы знаний, используемых в акте коммуникации, входят языковые знания, знания об объектах окружающей действительности, о предметно-референтных ситуациях. При восприятии той или иной информации одной из первых мысли-

тельных операций человека является «настройка» на соответствующий тип ситуации с опорой как на когнитивные знания, так и на комплекс процедуральных знаний, которые в теории коммуникации именуется «коммуникативными практиками», играющими в общении роль интересубъективных, социокультурных факторов²¹.

Особо важная роль когнитивной обработки дискурса адресатом принадлежит *выводному знанию*, основным психологическим признаком которого является то, что оно возникает спонтанно, в самом процессе мышления, на основании как базовых знаний адресата, так и непосредственно воспринимаемой информации.

Чрезвычайно важную роль при декодировании смысла любого дискурса имеет языковая компетенция адресата. Языковая компетенция включает разные языковые навыки и умения.

Языковая компетенция связана с понятием тезауруса. Тезаурус составляют фоновые знания коммуникантов, сформированные на основе их прошлого предметно-деятельностного опыта. Общность фоновых знаний подразумевает способность участников общения соотносить объект информации с единым экстралингвистическим референтом и языковыми средствами для его представления.

Правила ведения интеракций также входят в тезаурус коммуникантов. Каждый носитель языка в самом общем виде знает, как заставить собеседника совершить определенное действие: аргументировать свою точку зрения, выяснить нужную информацию, отказаться от совершения навязываемого ему действия и т. д. То есть схемы разных типов ситуаций в силу их конвенциональности известны в общем виде всем носителям языка. Эти знания, структурированные определенным образом и иерархически организованные, являются неременным условием любой коммуникации²².

Тезаурус коммуниканта выполняет в акте коммуникации роль опознавательно-интерпретационной системы, на основе которой осуществляется сопоставление и соотнесение фрагментов информации, расположенных в разных точках речевой цепи, и синтез сведений, поступающих по разным каналам связи. В реальной коммуникативной ситуации общность фоновых знаний участников общения является определяющим фактором в понимании адресатом различного рода высказываний адресанта.

При порождении высказывания адресант, как правило, не раскрывает полностью ход своих мыслей адресату, поскольку рассчитывает на общность их вероятностного опыта и владение адресатом процедурами когнитивного вывода.

ПРИМЕЧАНИЯ

- ¹ Политология: Энциклопедический словарь. М., 1993.
- ² Goodin R. Manipulatory Politics. New Haven, London: Yale University Press, 1980.
- ³ Доценко Е. Л. Психология манипуляции. Феномены, механизмы и защита. М., 1996.
- ⁴ Гарифуллин Р. Р. Иллюзионизм личности как новая философско-психологическая концепция. Йошкар-Ола, 1997.
- ⁵ Маслоу А. Г. Мотивация и личность. СПб., 1999.
- ⁶ Рюмина Л. И. Игры и манипуляции в межличностном общении. Ростов-н/Д., 1997.
- ⁷ Социальная психология личности в вопросах и ответах. М., 1999.
- ⁸ Братченко С. Л. Диагностика личностно-развивающего потенциала. Псков, 1997.
- ⁹ Лобанов А. А. Манипуляции в общении. Владимир, 1997.
- ¹⁰ Сентенберг И. В., Карасик В. И. Псевдоаргументация: некоторые виды речевых манипуляций // Речевое общение и аргументация. Вып. 1. СПб., 1993. С. 30–38.
- ¹¹ Николаева Т. М. Лингвистическая демагогия // Прагматика и проблемы интенциональности. М., 1988. С. 154–166.
- ¹² Бове К. Л., Аренс У. Д. Современная реклама. Тольятти, 1995.
- ¹³ Сухих С. А. Семиотическая структура рекламных дискурсов // Прагматические аспекты функционирования языковых единиц. М., 1991.

¹⁴ Гананольская Е. В. Воздействие диалогической речи на адресата // Речевое общение: искусство убеждать. СПб., 1999. С. 6–35.

¹⁵ Geis M. L. The Language of Television Advertising. N. Y: Academic Press, 1982.

¹⁶ Face. The National Magazine. Co. Ltd, National Magazine House. 2000. № 6.

¹⁷ Никитин М. В. Курс лингвистической семантики. СПб., 1997.

¹⁸ Face. The National Magazine. Co. Ltd, National Magazine House. 2000. № 4.

¹⁹ The Cosmopolitan. The National Magazine. Co. Ltd, National Magazine House. 1997. № 4.

²⁰ Leech G. N. English in Advertising. London; New York: Longman, 1966.

²¹ Телия В. Н. Русская фразеология: семиотические, прагматические и лингвокультурологические аспекты. М., 1996.

²² Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.

A. Gurochkina

MANIPULATION IN LINGUISTICS

The paper is concerned with quite universal and widespread phenomenon of manipulation as a special means of social regulation, management, control and determination of person's life. A set of «manipulative technologies» and techniques: information distortion, information concealment, implicit information provision, willful choice of mode and time of information provision etc are described. Special attention is paid to diverse language means and preconditions of their manipulative use.