

**ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА РЕЧЕВЫХ
МАНИПУЛЯТИВНЫХ ПРИЕМОВ В ПЕЧАТНЫХ СМИ (НА МАТЕРИАЛЕ
СТАТЬИ ВАШИНГТОН ПОСТ “ПЯТЬ ВЕЩЕЙ, КОТОРЫЕ НАДО ЗНАТЬ
О КАРАБАХСКОМ КОНФЛИКТЕ”)**

ТАМАРА ДАНИЕЛЯН

***Ключевые слова:** адресант, реципиент, пресуппозиция, номинализация, кумулятивность, аппозитивные фразы*

Исследования языка СМИ является актуальной задачей лингвиста эксперта, которая осуществляется на междисциплинарном уровне через комплексный анализ языка с лингвопрагматической, когнитивной, риторической, герменевтической, культурологической стороны.

Язык газеты используется для осуществления двух основных функций, которые очень тесно взаимосвязаны друг с другом: *информирование и воздействие*. Газетный язык, будучи разновидностью дискурса масс медиа, исполняет назначение доведения информации до адресата и реализуется посредством газетных текстов. Его рассматривают в коммуникативном аспекте как пассивно взаимодействующую систему, образованную из следующих составляющих: *адресанта, сообщения и реципиента* (Каландаров 1998:27). Это особый тип дискурса. Задача лингвиста-эксперта является распознавание механизмов воздействия в разной коммуникативной ситуации. Воздействие осуществляется с помощью накладывания интенции на сознание реципиента, которое влияет на восприятие человека.

В этой статье мы попытались дать классификацию речевым манипулятивным техникам и приемам, которые используются в лингвистической экспертизе:

1. Первочередность информации
2. Фрагментация
3. Симплификация
4. Эффект повторения
5. Передвигание смыслового акцента
6. Использование терминологии
7. Техника рассеивания

8. Техника программирования
9. Псевдо-пресуппозиция
10. Использование негативных выражений
11. Цитаты и афоризмы
12. Номинализация
13. Безличные конструкции

Одним из манипулятивных приемов, используемых в газетном дискурсе, является принцип **первоочередности информации** (Гаврилов 2012:152). Принцип заключается в том, что сенсационность информации подается в первом сообщении, для более сильного воздействия на аудиторию. Благодаря этому методу печатные СМИ концентрируют внимание читателя на выбранное сообщение или отвлекают и уменьшают реакцию на последующие сообщения.

Рассмотрим отрывок из статьи *“Here are the 5 things you need to know about the deadly fighting in Nagorno Karabakh”*¹ в газете The Washington Post:

“Nagorno-Karabakh is not a frozen conflict. It’s a simmering one. The Karabakh conflict is commonly described as “frozen.” Observers often categorize it with other contested post-Soviet territories like Transnistria (Moldova), Abkhazia and South Ossetia (Georgia), and, more recently, Crimea and the Donbas (Ukraine). But this is too simplistic, for three reasons...”

Чтобы удержать внимание читателя автор использует контрастный подзаголовок “not frozen but simmering”, который мог бы заинтересовать читателя, в чем же причина того, что конфликт “не замороженный”, как в случае с Абхазией, Южной Осетией, Крымом и т.д., а “тлеющий”, который может вспыхнуть в любое время. И далее уже перечисляет причины, почему он так считает.

Другим приемом воздействия на реципиента является **фрагментация**, где информация представлена отрывками и в таком чрезмерном количестве, что читатель не в состоянии сосредоточиться и разобрать такой объем информации (Кара-Мурза 2004:158.).

“First, the war over Karabakh came to an end in 1994 with a cease-fire but without a peace agreement. A “line of contact” separates the parties in the contested Karabakh area; Armenia and Azerbaijan also share a long border to the north of the NKR. There are no international

¹<https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/04/06/will-war-erupt-in-nagorny-karabakh-here-are-the-5-things-you-need-to-know/>

peacekeepers in the area and only a handful of observers from the Organization for Security and Cooperation in Europe (OSCE). The line of contact features World War I-style trenches on both sides, in some places three rows deep”.

Этот отрывок как нельзя лучше демонстрирует использование приема *фрагментарности* - из нее удастся установить лишь то, что война в Нагорном Карабахе в 1994 году закончилась перемирием, но не подписанием мирного соглашения. Однако сформировать полноценную картину происшествий, как и понять основную мысль или намерение данной информации, реципиенту крайне трудно или невозможно вовсе.

Симплификация газетного сообщения включает в себя реструктуризацию/реорганизацию предложений путем замены определенных синтаксических конструкций (таких как встроенные предложения и аппозитивы) (Гаврилов 2012:153). Цель состоит в том, чтобы сделать текст более легким для чтения, а информацию доступной для определенной целевой группы.

В отрывке *“There has always been shooting across the line of contact. In recent years, that has included particularly nasty long-range sniper fire and incursions by small groups of soldiers. And the conflict has been heating up: Last year, more soldiers died than in any year since 1994 – and this last weekend’s fighting alone appears to have killed more than died in 2015”* основное сообщение передается простыми предложениями с общеупотребительной лексикой, что делает изречение доступным каждому. Ссылка на то, что конфликт постоянно разогревался и число жертв увеличивается с каждым разом по сравнению с прошлыми годами, отрицательно сказывается на военно-политический имидж Арцаха, так как демонстрирует его агрессивную позицию и не вовлеченность в урегулировании конфликта.

Для усиления воздействующего эффекта на массы печатные СМИ часто используют технику **повтора** определенной мысли, которую они хотят акцентировать. Но не рекомендуется использовать этот прием с читателем уровня выше среднего, так как он может привести к обратному эффекту пресыщения и отторжения информации. **Эффект повторения** заключается в том, что постепенное накопление пропагандистского влияния при систематическом повторении информации в различных вариациях может вызывать *кумулятивность*, поэтому повторения не должны быть чрезмерными, иначе возникает информационное пресыщение, утомление и отторжение надоевшей информации. Повторение в сообщениях публикаций успешно до определенной меры,

после чего реакция читателя на информацию становится отрицательной. Оно может быть эффективным в случае разновидности темы или вопросов, вариации видов подачи информации.

В сообщении ***“Karabakhis also had the highest levels of ethnic pride among the dozens of ethnicities that we have surveyed in post-Soviet states and the Balkans. In fact, their pride was all but unanimous, with 73 percent of respondents saying they are “very proud” of their identity and another 21 percent describing themselves as (merely!) ‘proud’”*** основная информация представлена двумя-тремя предложениями, но использование повторов увеличивает ее объем, акцентируя внимание читателя на важных для манипулятора моментах чрезмерной гордости арцахцев. Многократное упоминание “гордости” побуждает ассоциировать Арцах и арцахский народ с такими понятиями, как «надменность, горделивость, высокомерность», а также ощущающий свое превосходство, что отрицательно сказывается на имидже и статусе Арцаха.

Передвигание смыслового акцента в повествовании используется в случае, если сначала адресант хочет сконцентрировать внимание читателя на некоторой подробности и вести его в заблуждение, акцентируя после на других подробностях сообщения. Впоследствии читателю навязывается нужное мнение со стороны автора на определенное происшествие (Любимова 2006:140).

“Peace negotiations, with Armenia representing the NKR, have stopped and started over the past two decades, making little real progress. Only half of our Karabakhi respondents believed that the discussions, hosted by the OSCE’s Minsk Group (co-chaired by ambassadors from France, Russia and the United States), will succeed. A bare majority of 53 percent thinks that international peacekeepers can help resolve the conflict”.

Здесь положение, нуждающееся в доказательстве (переговоры под эгидой Минской группы ОБСЕ почти никакого реального прогресса не достигли), выступает в роли пресуппозиции, а в качестве его аргументации приводится антиномия двух фактов: явного факта, не требующего доказательств (только половина карабахских респондентов верят, что переговоры под эгидой Минской группы ОБСЕ приведут к успеху), и факта, достоверность которого установить крайне трудно или практически невозможно (шаткое большинство –53% – считает, что международные миротворцы могут помочь разрешить конфликт).

Использование терминологии в печатных СМИ всегда повышает

влияние сообщения на аудиторию (Зелинский 2008:345). При ознакомлении читателя с материалом, используется большое количество узкоспециализированных терминов. В случае если термин не знаком читателю, это может привести к непониманию контента. Иноязычные слова, которые используются в качестве описания событий, иногда непостижимы реципиенту, что вызывает спорную реакцию со стороны массового читателя.

Например, в предложении ***“Will this eruption of violence galvanize international diplomacy, which until now has been small and hasn’t put enough resources on the ground?”*** использование фразы ***“galvanize international diplomacy”***, что означает ***“to stimulate or excite”***² может вызвать неоднозначное реагирование, потому что этот термин обычно используется в медицине.

Техника рассеивания осуществляется путем распространения подобных лексем для создания определенного положительного/отрицательного эмоционального фона, который воздействует на взгляды, настроения и отношения к лицу или к предмету (Мансурова 2009:69).

В данном отрывке ***“Karabakhis aren’t confident that peace negotiations will succeed - and believe they must be ready to fight for themselves...Peace negotiations, with Armenia representing the NKR, have stopped and started over the past two decades, making little real progress. Only half of our Karabakhi respondents believed that the discussions, hosted by the OSCE’s Minsk Group (co-chaired by ambassadors from France, Russia and the United States), will succeed. A bare majority of 53 percent thinks that international peacekeepers can help resolve the conflict”*** использование таких ключевых выражений ***“Karabakhis aren’t confident that peace negotiations will succeed – and believe they must be ready to fight”***, ***“Peace negotiation, making little real progress”***, ***“Only half of our Karabakhi respondents believed that the discussions will succeed”***, ***“A bare majority of 53 percent thinks that international peacekeepers can help resolve the conflict”*** изображают отрицательный образ страны и формирует у читателя мнение об агрессивном отношении Арцаха к миротворческому процессу, хотя по результатам опроса больше половины

²<https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/04/06/will-war-erupt-in-nagorny-karabakh-here-are-the-5-things-you-need-to-know/>

³ <https://www.merriam-webster.com/dictionary/galvanize>

респондентов верят, что международные миротворцы могут помочь в разрешении конфликта.

Техника прогаммирования ответа является современной техникой используемой СМИ для внушения и введения аудиторию в заблуждение. Эту технику также называют “5+1”, где приводятся пять неоспоримых аргументов, а шестое внушаемое утверждение, с которым читатель неосознанно соглашается (Егоров 2011:84).

Например, в следующем абзаце ***“Initially, the local Armenian NKR treated those seized territories as assets to be traded in a final peace deal. Over time these areas were reimagined as “liberated territories,” part of an organic homeland called Artsakh. The current constitution of the NKR does not define the state borders. But its local maps include the historic NKAO (whose borders are not marked) and the seized territories; other outside territories are marked as “under Azerbaijani occupation”. In return, Azerbaijan contends that all of NKR’s territory is actually Azerbaijan but is under Armenian occupation”***, автор отмечает следующие аргументы ***“not defined borders”, “seized borders by Artsakh”, “borders that are not marked”, “seized borders reimagined as liberated territories”, “territories marked as ‘under Azerbaijani occupation””*** и поддерживает высказывание повторяющимся, обобщающим шестым аргументом ***“NKR’s territory is actually Azerbaijan but is under Armenian occupation”***, который и принимается читателем в качестве истинного.

Псевдо-предсуппозиция - это утверждения, которые соединены друг с другом словами, которые устанавливают псевдо причинно-следственную связь (Салемгареева 2007) . У реципиента формируется такое впечатление, что одна мысль связана с другой, хотя на самом деле одна не влечет за собой другой. Высказывания состоят из двух частей и связываются с помощью союзов, оборотов, первая часть воспринимается, безусловно, но смысловая нагрузка лежит на второй составляющей. Изречение ***“Karabakh is now ethnically homogeneous – and its respondents were the most uncompromising of all those we surveyed.”*** состоит из двух частей: ***“Karabakh is now ethnically homogeneous ”*** и ***“its respondents were the most uncompromising.”***, связаны союзом ***“ and ”***, и хотя эти части не когерентны и не связаны друг с другом, у читателя формируется впечатление ,что одно вытекает из другого.

Использование негативных выражений, цитат и афоризмов, неясность выражений также являются языковыми манипуляциями, предназначенные для внушения установки (Володина 2003:22).

Негативные обороты, которые выражены негативно-окрашенными словами, призваны внушить агрессию, неприязнь враждебное отношение. Высказывание “**Karabakhi residents overwhelmingly oppose compromise... Karabakh is now ethnically homogeneous – and its respondents were the most uncompromising of all those we surveyed. They were all but united in opposing the return of displaced Azerbaijanis or any shifts in territory and in disliking and distrusting their former enemies**” выражено негативно-окрашенным словосочетанием в суперлативе “**respondents were the most uncompromising of all**” и отрицательным префиксом “***dis***” в “***They were all but united in disliking and distrusting***”.

Цитаты и афоризмы апеллируют к авторитету автора цитат и афоризмов и позволяют адресанту выразиться, не неся ответственность за высказанную мысль. Неясность выражений применяется для введения в заблуждение, так как фраза имеет более чем один возможный смысл. Использование “***‘Frozen’ Karabakh conflict***” автором является примером использования известного выражения “*frozen*” для описания статуса конфликта, не неся ответственность, а просто констатируя положение конфликта.

СМИ часто применяют существительные для **номинализации**. Номинализация передает общий смысл, но не конкретизирует факты, что делает возможным для реципиента выбрать из всех вероятных смыслов наиболее приемлемый.

Например, высказывание “**A cease-fire has now been agreed to after four days of fighting**” передает констатацию факта о соглашении перемирия, но не конкретизирует детали, в каких условиях было оно достигнуто. Путем **безличностных конструкции**, также как и **нейтральных глаголов**, реципиент должен сам домысливать, чтобы понять высказывание, то есть ему дается возможность широкой интерпретации смысла (Каландаров1998:28). Использование пассивной конструкции в предложении “***The Karabakh conflict is commonly described as ‘frozen’***” является ярким примером безличностной конструкции, где реципиент не знает точно, кто описывает и считает конфликт “замороженным”, но невольно воспринимает его таковым.

Проанализировав статью, мы пришли к выводу, что современный дискурс публикаций имеет синкретичную форму, где выявляются различные типы дискурса (политический, юридический, рекламный) и которые служат основному назначению масс медиа–оказывать влияние на читателя через информацию, используя различные манипулятивные

техники экспрессивности/оценки, убеждения и аргументации, агитации/пропаганды. Выявление речевых манипулятивных приемов, использующиеся в печатных СМИ является одной из функций лингвистической экспертизы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Володина Н. М. Язык СМИ - основное средство воздействия на массовое сознание//Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М.: Изд-во МГУ, 2003. с 15-25.
2. Гаврилов А. А. Средства воздействия СМИ на общественное сознание в условиях информационного общества // Молодой ученый. 2012. №8. с. 152-155.
3. Егоров М. И. Экстремизм: понятие, сущность, подходы к изучению и осмыслению [Электронный ресурс] // Молодой ученый. 2011. №3. Т.2. с.83-84. URL: [http ://www.moluch.ru/archive/26/2795/](http://www.moluch.ru/archive/26/2795/)
4. Зелинский, С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. - СПб.: Издательско-торговый дом «СКИФИЯ», 2008. с. 345.
5. Каландаров К. Х. Управление общественным сознанием. Роль коммуникативных процессов / К. Х. Каландаров. М.: Гуманитарный центр «Монолит», 1998. с. 27 - 28.
6. Кара-Мурза, С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. - М. : Алгоритм, 2004. с. 158.
7. Любимова А.А. Языковые аспекты воздействия на общественное сознание: дис. канд. филол. наук/А.А. Любимова. М., 2006. с. 140.
8. Мансурова А. И. Вербальные способы манипуляции общественным сознанием // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова. Казань: Изд-во КГУ, 2009. №1. с. 69 - 73.
9. Салемгареева Л. С. СМИ и общественное сознание: влияние, проблемы, технологии манипулирования// Вестник электронных и печатных СМИ. Вып.2.,2007.

ЭЛЕКТРОННЫЕ ИСТОЧНИКИ

10. <https://www.washingtonpost.com>
11. <https://www.merriam-webster.com>

REFERENCES

1. Volodina N. M. Jazyk SMI – osnovnoe sredstvo vozdejstvija na massovoe soznanie // Jazyk SMI kak ob#ekt mezhdisciplinarnogo issledovanija. M.: Izd-vo MGU, 2003.s 15-25.
2. Gavrilov A. A. Sredstva vozdejstvija SMI na obshhestvennoe soznanie v uslovijah informacionnogo obshhestva // Molodoj uchenyj. 2012. №8.s. 152-155.
3. Egorov M. I. Jekstremizm: ponjatie, sushhnost', podhody k izucheniju i osmysleniju [Jelektronnyj resurs] // Molodoj uchenyj. - 2011. №3. T.2. s. 83 - 84. URL: <http://www.moluch.ru/archive/26/2795/>
4. Zelinskij S. A. Informacionno-psihologicheskoe vozdejstvie na massovoe soznanie. – SPb.: Izdatel'sko-torgovyj dom «SKIFIJa», 2008. s. 345.
5. Kalandarov K. H. Upravlenie obshhestvennym soznaniem. Rol' kommunikativnyh processov/K. H. Kalandarov. M. : Gumanitarnyj centr «Monolit», 1998. s. 27 – 28.
6. Kara-Murza S. G. Manipuljacija soznaniem / S. G. Kara-Murza. – M. : Algoritm, 2004. s. 158.
7. Ljubimova A. A. Jazykovye aspekty vozdejstvija na obshhestvennoe soznanie : dis. kand. filol. nauk/A. A. Ljubimova. M., 2006. s. 140.
8. Mansurova A. I. Verbal'nye sposoby manipuljacii obshhestvennym soznaniem // Vestnik KGU im. N. A. Nekrasova. Kazan': Izd-vo KGU, 2009. №1. s. 69 – 73.
9. Salemgareeva L. S. SMI i obshhestvennoe soznanie: vlijanie, problemy, tehnologii manipulirovanija // Vestnik jelektronnyh i pechatnyh SMI. Vyp.2.,2007.
10. <https://www.washingtonpost.com>
11. <https://www.merriam-webster.com>

ԹԱՄԱՐԱ ԴԱՆԻԵԼՅԱՆ - ՏՊԱԳԻՐ ՄԱՄՈՒԼՈՒՄ ԽՈՍՔԻ ՄԱՆԻՊՈՒԼՅԱՏԻՎ ՏԵԽՆԻԿԱՆԵՐԻ ԼԵԶՎԱԲԱՆԱԿԱՆ ՓՈՐՁԱՔՆՆՈՒԹՅՈՒՆ (ՎԱՇԻՆԳՏՈՆ ՓՈՍՏ ԹԵՐԹԻ «ՀԻՆԳ ԲԱՆ, ՈՐՈՆՔ ՊԵՏՔ Է ԻՄԱՆԱԼ ՂԱՐԱԲԱՂՅԱՆ ՀԱԿԱՄԱՐՏՈՒԹՅԱՆ ՄԱՍԻՆ» ՀՈԴՎԱԾԻ ՀԻՄԱՆ ՎՐԱ)

Հիմնաբառեր՝ *լեզվաբանական փորձաքննություն, լրատվամիջոցներ, հասցեատեր, կանխենթադրույթ*

Հոդվածում վերլուծվում են լրագրային նյութերում օգտագործված լեզվական այն միավորները, որոնք կարևոր ազդեցություն են ունենում ընթերցողի վրա: Ուսումնասիրության նպատակն է բացահայտել հասցեատիրոջ վրա ազդող մանիպուլյացիայի մեխանիզմները: Լրատվամիջոցների լեզվի ուսումնասիրությունն իրականացվում է միջգիտակարգային մակարդակում՝ լեզվագործաբանական, ճանաչողական, հոռետրական, հերմենևտիկ և մշակութային դիտանկյուններից՝ լեզվական բազմակողմանի վերլուծության միջոցով: Washington Post թերթի «Հինգ բան, որոնք պետք է իմանալ Ղարաբաղյան հակամարտության մասին» հոդվածը ներկայացվում է որպես վերլուծության առարկա:

TAMARA DANIELYAN - LINGUISTIC EXPERTISE OF SPEECH MANIPULATION TECHNIQUES IN PRINT MEDIA (BASED ON THE ARTICLE “HERE ARE FIVE THINGS YOU NEED TO KNOW ABOUT THE DEADLY FIGHTING IN NAGORNO KARABAKH” BY THE WASHINGTON POST)

Keywords: *linguistic expertise, mass media, recipient, presupposition*

The current article analyzes the language means which are used in newspaper articles and have an impact on the reader. The aim of the study is to identify the mechanisms of manipulation affecting the recipient. Media language study is carried out at an interdisciplinary level through a comprehensive analysis from linguo-pragmatic, cognitive, rhetorical, hermeneutic and cultural perspectives. The *Washington Post* article “Here are the 5 things you need to know about the deadly fighting in Nagorno Karabakh” is presented as an object for analysis.

Ներկայացվել է՝ 30.09.2019
Երաշխավորվել է ԵՊԼՀ Անգլերենի ամբիոնի կողմից
Գրախոսվել է՝ 27.09.2019