

## К ВОПРОСУ О РЕЧЕВОМ МАНИПУЛИРОВАНИИ

**А.В. Моисеева**, канд. филол. наук, доцент  
Башкирский государственный университет  
(Россия, г. Уфа)

DOI:10.24412/2500-1000-2022-1-1-43-45

**Аннотация.** В данной статье рассматривается языковое манипулирование как одна из стратегий речевого воздействия. При применении манипулятивной стратегии происходит целенаправленное преобразование информации или воздействие на субъективную сферу коммуниканта (эмоции, ценностные ориентиры и т.д.). Различие этих воздействий определяет манипулятивную тактику, реализующуюся посредством определенных языковых приемов.

**Ключевые слова:** языковая манипуляция, тактика, коммуникативное воздействие, манипулятивный прием.

Языковая манипуляция – это использование особенностей языка для скрытого воздействия на адресата в интересах говорящего.

В качестве основных характеристик манипуляции Е.С. Попова выделяет: неосознанность объектом манипуляции осуществляемого над ним воздействия; воздействие не только на сферу сознательного (разум), но и на сферу бессознательного (инстинкты, эмоции), которая не поддается произвольному контролю; управление отношением объекта манипуляции к предметам и явлениям окружающего мира в нужном для манипулятора русле; достижение манипулятором своих тайных, корыстных целей за счет объекта манипуляции; намеренное искажение фактов окружающей действительности (дезинформация, отбор информации и пр.), создание иллюзий и мифов и т.д.» [5: 276]. С.Г. Кара-Мурза в работе «Манипуляция сознанием» подробно описал процесс воздействия на сознание и в одной из глав изложил подходы к изучению его симптомов и признаков, среди которых ученый выделил, язык, эмоции, сенсационность и срочность, повторение, дробление, изъятие из контекста, тоталитаризм источника сообщения, тоталитаризм решения, смешение информации и мнения, прикрытие авторитетом, активизация стереотипов, некогерентность высказываний [2: 234].

Наряду с термином манипуляция существует синонимичное ему понятие – мани-

пулирование, под которым подразумевают вид скрытого сознательного коммуникативного воздействия одного человека на другого с целью изменить его представления, отношение или намерение в нужном для манипулирующего направлении, причем, как правило, адресат манипулятивной коммуникации при этом вводится в заблуждение. Скрытое воздействие означает неосознаваемое манипулируемым» [4:209].

Е.В. Сергеева связывает с подачей информации, то есть с особыми языковыми и психологическими приемами организации содержания высказывания, тактику манипулятивного представления данных, которую можно определить как «комплекс речевых актов, предназначенных, прежде всего, для искажения (трансформации) различного рода информации» [6: 203]. Названная тактика подразумевает в основном работу с информационным потоком, следовательно, именно языковые средства при ее применении весьма важны. Данная тактика находит воплощение во множестве различных приемов: искажения информации, умалчивания информации, селекции информации, подачи чрезмерного/недостаточного количества информации, специальной компоновки информации, использования специфического момента подачи информации, домысливания в нужном направлении, использования авторитетного информатора, употребления слов с заданной пресуппозицией, экс-

плуатации цифровых данных, употребление специфически экспрессивной лексики.

Среди наиболее известных манипулятивных приемов Т.М. Николаева выделяет:

- 1) «универсальные высказывания», которые в принципе проверить невозможно;
- 2) расширенные обобщения (генерализации);
- 3) неявное указание на как бы общепринятую норму;
- 4) маскировка под пресуппозиции;
- 5) неопределенный референтный индекс: «Есть мнение ...», «Говорят, что ...»;
- 6) умножение действий, ситуаций;
- 7) «коммуникативный саботаж» – предыдущая реплика игнорируется, а в ответ вводится новое содержание: «Я могу с вами рассчитаться за товар?» – «Вы что, объявления не читаете?» [3: 154].

Е.Л. Доценко подчеркивает тот факт, что манипулирующий, пытаясь воздействовать на сознание манипулируемого, имеет целью повысить свой социальный статус для того, чтобы приобрести право на поучение манипулируемого. Согласно Е.Л. Доценко, компонентами речевой манипуляции являются:

- 1) двусмысленность: «Будешь стараться, получишь свои конфеты» - затем можно сказать, что старания были недостаточны;
- 2) замещение субъекта действия: «История не простит нас ...»; «Как мы сегодня себя чувствуем?» – в последней фразе хорошо чувствуется еще и психологическая пристройка сверху;
- 3) подмену нейтральных понятий эмоционально-оценочными коррелятами и наоборот: «товары сэконд хэнд» вместо «вещи, бывшие в употреблении»;
- 4) ложную аналогию: «Вольво: автомобиль для людей, которые мыслят» – как

будто все остальные автомобили изготавливаются для тех, чье чело мыслью не отягощено;

5) тематическое переключение: «Ну, как, ты поговорил с деканом?» – «А почему у тебя такой тон?» Этот прием напоминает уже упоминавшийся «коммуникативный саботаж» [1: 84].

Обобщая материал по характеристикам, а также, используемым приемам манипуляции, считаем целесообразным выделить компоненты манипуляции, присущие любому из ее видов:

1) преобразование информации: искажение, при котором сообщение преподносится в необходимом для адресата образе. Также следует учесть, что информация может быть освещена частично, фрагментарно и т.д.;

2) информационная перегрузка, при которой информационный поток оказывается слишком большим для адекватного восприятия;

3) утаивание информации, в ходе которой адресат вынужден полагаться только на доступное сообщение.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что осознание адресатом факта манипуляции его сознанием не всегда происходит мгновенно и легко. Манипулируемый человек может длительное время воспринимать внушаемое на веру и находиться в плену иллюзорной действительности, поскольку в процесс манипулирования сознанием человека вовлечены такие элементы, как неосознанность воздействия, подавление критического восприятия информации и тому подобное, которые направлены в большей степени на эмоциональную сферу.

#### Библиографический список

1. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – СПб.: Речь, 2003. – 304 с.
2. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – М.: Эксмо, 2005. – 832 с.
3. Николаева Т.М. Лингвистическая демагогия // Прагматика и проблемы интенциональности. – М.: ИНИОН АН СССР, 1988. – С. 154-165.
4. Пирогова Ю.К. Имплицитная информация как средство коммуникативного воздействия и манипулирования (на материале рекламных и PR-сообщений) // Scripta linguisticae applicatae. Проблемы прикладной лингвистики / Институт языкознания РАН. – М.: Азбуковник, 2001. – С. 209-227.

5. Попова Е.С. Структура манипулятивного воздействия в рекламном тексте // Изв. Урал. гос. ун-та. Екатеринбург – 2002. – № 24. – С. 276-288.

6. Сергеева Е.В. Тактика манипулятивной подачи информации в рекламном и политическом дискурсе // Человек в информационном пространстве: сб. науч. тр. / под общ. ред. Н.В. Аниськиной. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2014. – С. 203-208.

## ON THE QUESTION OF SPEECH MANIPULATION

**A.V. Moiseeva**, *Candidate of Philological Sciences, Associate Professor*  
**Bashkir State University**  
**(Russia, Ufa)**

***Abstract.** The article considers language manipulation as one of the strategies of speech influence. When applying a manipulative strategy, there is a purposeful transformation of information or an impact on the subjective sphere of the communicant (emotions, value orientations, etc.). The difference between these influences determines the manipulative tactics implemented through certain language techniques.*

***Keywords:** language manipulation, tactics, communicative influence, manipulative technique.*