

МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ТАКТИКИ В НОВОСТНОМ ДИСКУРСЕ

© 2023 О.Ю. Коломийцева¹, А.И. Рачинская²

^{1,2} Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка», Россия

Посредством новостного дискурса на реципиентов в лице политиков и граждан той или иной страны происходит воздействие, которое впоследствии повлияет на их оценку того или иного события, а также на отношение к дипломатическим лицам и к органам государственного управления с целью политической борьбы. Таким образом, на материале политических текстов, опубликованных в официальных новостных источниках средств массовой информации, нами будут изучены основные тактики авторов новостных сообщений, способные манипулировать сознанием массовой аудитории. В работе будет использован метод структурно-семантического анализа.

Ключевые слова: дискурс, манипуляция, новостной дискурс, вербальные средства воздействия, политические тексты, речевые стратегии и тактики, средства массовой информации.

При ознакомлении с новостными статьями многие реципиенты не придают значения высокой степени влияния текста на их мировосприятие. Как правило, такое воздействие достигается для выполнения определенных задач, содержит в себе психологические уловки в общении, которые впоследствии передаются в письменной форме по сети Интернет для массового внедрения и распространения той или иной выгодной для авторов точки зрения. Актуальность данной работы заключается в том, что наше исследование основывается на важности выявления лингвистических манипуляций, а также – на поиске «встроенных» манипулятивных способов вербального воздействия иноязычных и русскоязычных СМИ в области политики на массовую аудиторию. На сегодняшний момент исследование приобретает все более продуктивный характер: изучение способов всяческого речевого влияния в массмедийном пространстве, с которым люди сталкиваются ежедневно, можно найти практически в каждом дискурсе: на рубеже 2017 – 2020 гг. появляются множество работ, посвященных анализу возможных проявлений стратегий и тактик манипуляции в политических и рекламных текстах. С ходом времени влияние со стороны публичных лиц и политиков увеличивается и видоизменяется, поэтому изучение современных способов воздействия является весьма значительным.

Новизну работы определяет факт проявления различных типов вербального воздействия на массовую аудиторию в области современного новостного дискурса в связи с политической конкуренцией и разжиганием межнациональной розни и военных конфликтов.

Выявленные способы воздействия на реципиентов, часто встречающиеся в новостном политическом дискурсе и являющиеся целью настоящего исследования, могут послужить примером практического применения теории (выдвинутой на основании работ известных лингвистов) о стратегиях и тактиках, применяемых в СМИ с целью манипуляции общественным сознанием.

В связи с поставленной целью необходимо решить следующие задачи:

- 1) охарактеризовать новостной дискурс как особый тип дискурса, выраженный новостными текстами политического характера;
- 2) проанализировать основные способы вербального воздействия на реципиентов;
- 3) выделить наиболее частые тактики вербального воздействия в новостном дискурсе политического характера.

В качестве объекта исследования выступает новостной дискурс в области политики, предметом исследования являются тактики вербального воздействия авторов политических статей на реципиентов.

В работе используются методы структурно-семантического анализа, сравнения и измерения полученных данных.

Материалом для исследования послужили официальные источники масс-медиа (новостные) или интернет-издания на английском (The Washington Post) и немецком (Berliner Kurier, Correctiv) языках, а также русскоязычные статьи с новостных интернет-сайтов (Gazeta.ru, BFM.RU, Первое Областное информационное агентство).

Для того чтобы охарактеризовать новостной дискурс как особый тип дискурса, выраженный новостными текстами политического характера, обратимся к работам исследователей данной тематики.

Так, В.И. Карасик в своей работе «Англо-русский словарь лингвистики и семиотики» толкует термин «дискурс» как «совокупность тематически и культурно взаимосвязанных текстов, допускающую развитие и дополнение другими текстами», а также как «вид речевой коммуникации с правилами, ценностями и нормами социальной жизни, целью которого является достижение понимания коммуниканта» [10], а М. Фуко называет дискурс «общением, совокупностью разнообразия сфер человеческого познания» [12].

По мнению Т.А. ван Дейка, новостные тексты представляют собой «особый тип языкового употребления, относящийся к специфической социокультурной деятельности». Новостной текст можно охарактеризовать связью адресанта и адресата: как отмечает Н.И. Шапшай, данный тип дискурса можно охарактеризовать «максимальным вниманием к новизне, актуальности, сенсационности, уникальности, оперативности подачи и лаконичности текстового оформления» [6]. Текст такого рода – не только сложный знак и проводник определенной информации, но и диалог, основной целью которого является воздействие на человека [14].

На основе проведенного Н.А. Гончаровой исследования можно выделить следующие характеристики структурной модели организации новостного дискурса:

1) самая важная информация располагается в заголовочной части текстового материала;

2) текстовое пространство любого новостного материала включает в себя не более трех абзацев, первый из которых представляет собой зачин текста, второй – его основную часть и третий – заключение;

3) если текстовый материал представлен одним или двумя абзацами, то его синтаксическая организация также состоит из тех же трех базовых моментов, следующих друг за другом в той же последовательности, но уже расположенных либо в одном текстовом фрагменте, либо в двух;

4) каждый из базовых моментов информации новости (зачин, основная часть, заключение) представляет свою часть описываемого события, что создает своеобразный сценарий ситуации [3].

Как отмечает Т.М. Грушевская, новостной дискурс обладает индивидуальной последовательностью элементов, каждый из которых представляет собой сведения о том, где происходит событие; кто является участниками и каково их количество; в чем состоит сущность сообщения; когда произошло событие и по какой причине; как происходит развитие события или каковы его возможные перспективы [4].

При кратком новостном представлении той или иной информации не все элементы имеют представление в текстовом материале, так как могут не обладать разнозначной смысловой сущностью. В новостном представлении информации доминируют приоритетные для получения первоначальных сведений элементы [14]. По этому принципу самой частой структурой новостного сообщения является информация, представленная по пунктам: «что», «где», «кто», «когда», «количество» (статистическая информация). Однако в зависимости от типа новостного текста, автора, страны, правил публикации представление новостной информации будет строиться по-разному [3].

Н.А. Гончарова, изучая новостные тексты политического характера как особый вид дискурса, заявляет, что политическая пропаганда воздействует непосредственно на массовую или коллективную аудиторию: чем больше людей будет вовлечено, тем сильнее будет воздействие на граждан и тем сильнее политическое влияние в том или ином государстве и мировом сообществе [3].

Одним из самых быстрых и действенных способов распространения важной информации в обществе с целью поддержания имиджа, опровержения неискренней или невыгодной информации через средства массовой информации, которые обеспечивают всевозможные способы прослушивания, чтения или просмотра новостного контента, является пропаганда (деятельность, связанная с распространением необходимой информации на всех доступных для аудитории платформах для решения конкретной задачи: оперируя фактами, доказать истинность новостной статьи), которая сопровождается политической коммуникацией [7]. Под политической коммуникацией А.Ю. Суворова подразумевает «процесс информационного обмена между субъектами политики (индивидами, социальными группами и выражающими их интересы институтами), осуществляемый в ходе их формальных и неформальных взаимодействий по поводу установления, функционирования и изменения власти в обществе» [11]. Такой процесс направлен на передачу и внедрение политической информации – знаний о событиях и фактах политической сферы общества, благодаря которым происходит политическая адаптация и социализация граждан, формирование общественного мнения, структуризация политической жизни удобным для властей образом [13].

Березин Ф.М., цитируя исследование О.С. Иссерс «Коммуникативные стратегии и тактики русской речи», рассматривает речевые стратегии как «совокупность речевых действий, направленных на решение общей коммуникативной задачи говорящего» [1]. Известно, что стратегия реализуется в речевых тактиках, а тактики состоят из коммуникативных ходов [2].

В лингвистике превалирует многообразие определений понятия «манипуляция». Речевые манипуляции понимаются как «нарушения аргументации», то есть – «псевдоаргументация», также – как «средство воспитания в ситуации «коммуникативного саботажа» и лингвистической демагогии» или «средство достижения целей посредством убеждения». Под манипулированием в общем понимают «своеобразный способ социальной регуляции, управления, контроля и детерминации жизни

личности при помощи различных политических, экономических и социальных средств» [5].

Найдина Д.С. в своей статье «Классификация стратегий и тактик манипулирования по аспекту воздействия» опирается на мнения известных лингвистов. Например, В.М. Бехтерев дает следующее определение понятию «внушение»: «непосредственное прививание эмоций, идей или чувств внушаемому реципиенту» [9]. Речь идет о манипуляции как о феномене, который основан на механизмах внушения, это своего рода навязывание определенной мысли или позиции, характеризующееся тактиками повтора; упрощения и стереотипизации информации; высказываниями без подкрепленной информации, основанными исключительно на эмоциональной составляющей автора и его послания (отсутствие любых доказывающих аргументов); а также высказываниями о должном (употребляемые в форме глагольного императива и выражений: «надо, чтобы», «нужен», «должен», «необходимо» для обозначения точности, регулятивности тех или иных фактов) [13].

Согласно А.Н. Баранову, аргументацию можно рассматривать как механизм воздействия на логику человека. Способы манипулятивного воздействия на умственную деятельность адресата включают в себя: влияние, достигаемое научным подтверждением, в частности, статистическими данными; использованием терминологии; «анонимным источником», обладающим псевдодостоверной информацией. Самая распространенная тактика – «определение», то есть пояснение терминов (злоупотребление научной терминологией, данными и статистикой) [9].

С.Г. Кара-Мурза в исследовании о способах манипулирования людьми с помощью средств массовой информации отмечает, что в зависимости от преследуемой цели «мишени» манипулирования могут различаться. Среди последних ученых выделяет: воздействие на способ мышления, логику, чувства, а также память, внимание и воображение. В качестве тактик приводятся: утверждение, дробление, повтор, использование измененных смыслов и понятий, упрощение, стереотипизация, при-

дание сообщению сенсационного, актуального характера. Поскольку объектом воздействия является человек, стратегии воздействия можно подразделить в зависимости от аспекта объекта, на который нацелено манипулирование: 1) интеллект, 2) воля, 3) чувства [9].

Воздействие на эмоциональный настрой реципиента должно сопровождаться выраженной экспрессивной окраской, какую можно встретить в различных речевых средствах, таких как:

1) не прямые высказывания (адресант вкладывает в слова не прямой, а переносный смысл), например: ирония, метафора, фразеологизм;

2) игровое использование речи: игра слов, каламбур;

3) оценочные высказывания: качественные и экспрессивные прилагательные, эпитеты;

4) риторические вопросы;

5) высказывания с заведомым преувеличением (гипербола или литота);

6) «лозунговую констатацию» также выделяют в качестве тактики манипуляции чувствами в новостном дискурсе, поскольку это своего рода ораторское искусство: эмоционально-экспрессивное или оценочное высказывание о событии или явлении, призывающее реципиентов прочувствовать ощущения автора лозунга и настраивающее на нужную адресанту «волну».

Все вышеперечисленные средства могут встречаться в рецензиях на новостные статьи, диалогах между участниками политических дебатов, новостных заголовках, информационных блоках и т.п. Данный тип воздействия создает необходимые манипулятору яркие образы, на основе которых он может объяснять одни явления или события через другие и таким образом повлиять на суждение реципиента и будущую оценку им событий [8].

Д.С. Найдина предлагает следующий набор тактик в зависимости от выбора стратегии манипуляции на массовую аудиторию: тактики для стратегии воздействия на интеллект: ложная аргументация; ложная аналогия; использование авторитета науки; использование авторитета цифр, статистических данных, рейтингов; апелляция к анонимным источникам; исполь-

зование избыточной терминологии; использование упрощений; констатация фактов; тактики для стратегии воздействия на волю: внушение через повторение; использование стереотипизации; использование информационной голодовки; тактики для стратегии воздействия на чувства: создание оппозиции «свой – чужой»; создание ложных ассоциаций; создание угрозы; создание одобрения; использование речевых средств выразительности; использование метафорических моделей [9].

На основе данных, представленных выше, проанализируем примеры манипулятивных стратегий и тактик, используемых в конкретных англоязычных, немецкоязычных и русскоязычных новостных статьях.

Выборка новостных статей была посвящена вопросу военного противостояния двух государств: Российской Федерации и Украины. За основу взят конфликт, заключающийся в использовании европейских, западных и азиатских полупроводников российской военной техникой в 2022 году.

В работе проиллюстрировано два примера новостных сообщений за май 2022 года из англоязычных массмедийных источников, три примера из немецкоязычных статей за сентябрь, октябрь и ноябрь 2022 года, а также четыре примера русскоязычного материала за майский период 2022 года.

4 ноября 2022 г. в немецкоязычном источнике Berliner Kurier опубликовали статью под названием “Mikrochips aus Waschmaschinen, Halbleiter aus Geschirrspülern: SO macht Putin Haushaltsgeräte aus der EU zu Waffen im Krieg gegen die Ukraine!”, которая переводится как «Микрочипы от стиральных машин, полупроводники из посудомоечных машин: ТАК Путин превращает бытовую технику из ЕС в оружие для войны против Украины!» [15]. Далее идет объяснение взаимосвязи вышеперечисленных и, на первый взгляд, никак не взаимосвязанных друг с другом терминов в области электроники путем следующих способов:

1) стратегия предупреждения о военной опасности для жителей Украины и неравнодушных реципиентов;

2) стратегия освещения проблемы военного конфликта на Украине;

3) стратегия предъявления претензий правительству Российской Федерации в лице президента Путина и критики его военно-политических решений о нападении на мирное государство;

4) стратегия убеждения в экономической нестабильности Российской Федерации.

Рассматриваемый пример можно отнести к сообщению с неподкрепленной информацией.

Определенные стратегии сопряжены с соответствующими тактиками: 1-я и 2-я стратегии отражаются в заголовке при помощи тактики неожиданности, выражающейся в художественном приеме гипербола, которая, в свою очередь, преследует цель нагнетания негативных эмоций среди аудитории: «микрочипы от стиральных машин, полупроводники из посудомоечных машин, «...» бытовая техника, «...» оружие для войны». В речи она передана интонационным выделением, а на письме – графическим выделением наречия *SO* (ТАК), написанного заглавными буквами, что способствовало акцентированию внимания реципиентов, а также подвело аудиторию к логическому завершению высказывания. Стратегия предъявления претензий к «стране-агрессору» достигается при помощи тактики создания оппозиции «свой – чужой» через прецедентные феномены, где буквально «сталкивают лбами» и противопоставляют три государства. Среди них ЕС (Евросоюз) выступает как продвинутая страна с высоким уровнем технологий, в то время как Российская Федерация и ее президент воспринимаются как угроза по отношению к безобидной Украине. Недоброжелательный характер высказывания расставляется благодаря акценту на порядке упоминания стран и употреблении экспрессивных высказываний «оружие для войны против Украины». Стратегия убеждения в «экономической разрухе» Российской Федерации передана тактикой ложной аргументации, которая представлена имплицитным (скрытым, неявным) смыслом всего предложения: Россия не может производить качественную военную технику из-за глубочайшего экономического кризиса, поэтому использует запчасти электроники, сделанные в Евросоюзе, в целях за-

воевания мирных территорий Украины. На основании приведенных аргументов данный заголовок поистине можно считать эмоционально-экспрессивным лозунгом.

Перейдем к основной части новостного сообщения. “Moskau Wegen Wladimir Putins Angriffskrieg auf die Ukraine verhängte der Westen strikte Sanktionen gegen fast jeden Sektor seiner Wirtschaft. Auch die Einfuhr von Hightech-Produkten ist Russland unmöglich – zumindest auf direktem Weg!” – «Из-за активных военных действий Владимира Путина против Украины Запад ввел жесткие санкции практически против каждого сектора российской экономики. Даже импорт высокотехнологичной продукции для России невозможен – по крайней мере, напрямую!». Здесь мы наблюдаем 3-ю и 4-ю стратегии через тактику оппозиции «свой – чужой»: порицаются действия России как вражеского государства на мирной территории Украины; и тактику «ответного удара» или нападения в сторону обидчика (Российской Федерации): категоричное решение на основе предпринятых страной-агрессором действий «жесткие санкции практически против каждого сектора российской экономики». Снова заметны манипулятивные техники «размытой» констатации фактов и чрезмерное оперирование статистикой.

“Denn offenbar hat der Kremlchef eine Lösung gefunden, um der Armee Ersatzteile für militärische Ausrüstung wie Funkgeräte und auch für ausgefeiltere Waffen wie Raketensysteme, Kampffjets oder U-Boote zu verschaffen – aus Haushaltsgeräten!” – «Потому что, по-видимому, глава Кремля нашел способ обеспечения армии запасными частями для военного оборудования – таких как радиоустановка, а также для более тяжелого вида оружия вроде ракетных систем, истребителей или подводных лодок – из бытовой техники!». В этом отрывке наблюдается стратегия предъявления претензий президенту Российской Федерации и его военным решениям, направленным против Украины: главную мысль мы находим в начале и конце предложения: «...глава Кремля нашел способ обеспечения армии запасными частями для военного оборудования «...» – из бытовой техники!», – в речи оно выделяется инто-

национно, а на письме – через художественные тропы градации и иронии. Первый прием замечен на постепенном возрастании смысловой значимости терминов в области военной техники, что параллельно указывает на тактику злоупотребления научной терминологии: «...радиоустановка, а также для более тяжелого вида оружия вроде ракетных систем, истребителей или подводных лодок...». Ирония наблюдается сразу после градации и определяет тактику насмешки – автор отделяет важный для смысла кусок текста и разглашает его только в самом конце предложения с намеком на нелепость и несерьезность действий российского политика.

“EU-Beobachtern fiel auf, dass die Exporte von Waschmaschinen, Kühlschränken, Geschirrspülern und sogar elektrischen Milchpumpen in die Nachbarländer Russlands plötzlich überraschend stark anstiegen. Und der Handelsboom könnte auch Putins Kriegsmaschinerie helfen”. – «Представители ЕС заметили, что в близлежащие от России страны резко возрос экспорт стиральных и посудомоечных машин, холодильников и даже электрических приборов для сцеживания грудного молока. Бешеный спрос мог поспособствовать наращиванию военных сил Путина».

Тактика чрезмерного употребления терминов продолжает развиваться: в данном контексте термин «Kriegsmaschinerie», или «военная машина», (замененный при переводе на «военные силы») употреблен в переносном смысле и обозначает «совокупность брошенных на войну средств и сил»; разговорное словосочетание с неодобрительной коннотацией «торговый бум», означающее «искусственное оживление или кратковременный рост капиталистической промышленности и торговли», было аналогично изменено при переводе на подходящее по смыслу экспрессивное разговорное словосочетание «бешеный спрос», где прилагательное является выражением чрезвычайной быстроты или силы. Стратегия убеждения в экономической нестабильности Российской Федерации продолжает воспроизводиться благодаря тактике предоставления анонимного источника – «представители ЕС» в вышеописанном случае являются обоб-

щенным понятием: нет уточнения хотя бы 1-го или 2-х лиц, а значит, реципиент снова сталкивается с аргументативной манипуляцией.

19 октября 2022 г. в немецкоязычном новостном источнике Correctiv снова прослеживается стратегия предъявления претензий об использовании экспортируемой комплектации полупроводников в российских танках, которая достигается благодаря тактикам констатации фактов и предоставления статистической информации (bereits am 11. Mai), а также апелляции к анонимному источнику (Ein Professor für elektronische Bauelemente von der RWTH Aachen). Все перечисленные тактики представлены выигрышно, поскольку главным приемом здесь является тактика повторения прецедентных феноменов и ключевых слов (Ursula von der Leyen, Gina Ramonda Professor für elektronische Bauelemente, RWTH Aachen), на основе которых реципиентов можно «увести на свою сторону», оперируя общеизвестными знаниями, а значит, внушая основательность в новостное заявление: “Die Behauptung, man habe Waschmaschinen-Chips in russischen Panzern gefunden, ist jedoch nicht aus der Luft gegriffen. US-Handelsministerin Gina Ramonda sagte das bereits am 11. Mai in einer Anhörung des Senats, später wiederholte es auch EU-Kommissionspräsidentin Ursula von der Leyen. Ein Professor für elektronische Bauelemente von der RWTH Aachen sagte uns, es sei technisch plausibel, dass einfache Chips und Schaltungen aus Haushaltsgeräten in Militärfahrzeuge eingebaut werden”. – «Однако заявление о том, что в русских танках были обнаружены чипы от стиральных машин, возникло не на пустом месте. Министр торговли США Джина Раймондо заявила об этом уже 11 мая на слушании в Сенате, позднее президент Комиссии ЕС Урсула фон дер Ляйен подтвердила эту информацию. Специалист по электронным компонентам из Рейнско-Вестфальского технического университета г. Ахена поделился с нами, что возможность установки простых чипов и схем из бытовой техники в военных транспортных средствах формально считается возможным». Тактика констатации фактов проявляется при помощи идиомы: “nicht aus der Luft gegriffen”

– «возникло не на пустом месте», что косвенно отсылает аудиторию вникнуть в приведенные аргументы [16].

Стратегия предоставления доказательств против оппонента наблюдается в следующем абзаце: “Experte: „Es ist denkbar, dass Halbleiterbauelemente aus Haushaltsgeräten in Militärfahrzeuge eingebaut werden”. Das haben wir Max Christian Lemme, Professor am Lehrstuhl für Elektronische Bauelemente der RWTH Aachen, gefragt. „Es ist durchaus vorstellbar, dass Halbleiterbauelemente (Transistoren, Widerstände, Kondensatoren oder Spulen) aus Haushaltsgeräten ausgebaut werden und in Militärfahrzeuge eingebaut werden. Sowohl Waschmaschinen als auch russische Panzer hätten eher einfache Chips und Schaltungen”. Daher sei es denkbar, dass diese zur Reparatur verwendet werden. „Dazu muss man den Chip aus einer Platine auslösen und anschließend in eine andere Platine einlöten. So werden auch hier und im täglichen Leben ältere Geräte repariert, deren Chips nicht mehr neu auf dem Markt verfügbar sind, weil sich die Technik weiterentwickelt hat”. – «Эксперт: «Вполне возможно, что полупроводниковые компоненты из бытовой техники будут встраиваться в военные транспортные средства». Мы разузнали об этом от Макса Кристиана Лемме, профессора кафедры электронных компонентов Рейнско-Вестфальского технического университета г. Ахена. «Вполне возможно, что полупроводниковые компоненты (транзисторы, резисторы, конденсаторы или катушки) извлекаются из бытовой техники и встраиваются в военный транспорт. Как стиральные машины, так и российские танки могут иметь довольно простые микрочипы и схемы». Поэтому, исходя из его слов, можно предположить, что данные элементы используются для ремонта. «Для этого нужно выпаять микросхему от одной печатной платы, а затем впаять ее в другую. Таким же образом и здесь, и в повседневной жизни ремонтируются старые устройства, микросхемы которых уже не появляются в продаже, потому что технология ушла далеко вперед». Невооруженным глазом заметна тактика злоупотребления терминами из области электроники (Halbleiterbauelemente, Transistoren, Widerstände, Kondensatoren,

Spulen, Haushaltsgeräten, Chip, Platine, Technik, Geräte, repariert), что доказывает реципиентам глубокую осведомленность повествующего в вопросе. Прослеживается тактика уточнения необходимых деталей как об авторе новостных известий (названо конкретное лицо и место работы: Max Christian Lemme, Professor am Lehrstuhl für Elektronische Bauelemente der RWTH Aachen), так и о внутреннем устройстве чипов, а также о теоретических знаниях про возможности применения данных элементов в условиях военной техники. Тактика констатации фактов в данном случае не бросается в глаза, как аргументы, базирующиеся на ложных данных или исключительно личном мнении вследствие неприязни, поскольку автор новостного сообщения прибегает к тактике предположения и понимает, что он (специалист, профессор кафедры электронных компонентов) не может утверждать что-либо наверняка, потому как не был на месте события.

Обратимся к примерам из англоязычной прессы The Washington Post. Начиная с 18 сентября 2022 г. президент Еврокомиссии Урсула фон дер Ляйен утверждала о зависимости российских военных от полупроводников из ЕС: “Von der Leyen: Russland gehen die Halbleiter aus!” – «Фон дер Ляйен: В России заканчиваются полупроводники!» В качестве доказательств была предоставлена ссылка на официальный телеграмм-аккаунт Еврокомиссии с цитированием речи политика и видеоотчетом по выступлению: “The Russian military is taking chips from dishwashers and refrigerators to fix their military hardware, because they ran out of semiconductors. Russia's industry is in tatters and its economy on life-support. This is the price for Putin's trail of death and destruction”. – «Российские военные используют микросхемы из посудомоечных машин и холодильников, чтобы починить свою военную технику, потому что у них закончились полупроводники. Промышленность России разорвана в клочья, а экономика находится в критическом состоянии. Такова цена за путинский путь смерти и разрушения». Стратегия убеждения в экономической нестабильности Российской Федерации выражена при помощи тактики критической ложной аргумента-

ции (неподкрепленной весомыми доказательствами): теперь в высказывании к теме (известной информации) прибавляется рема (новая информация) для реципиентов: становится ясна причина данного поведения со стороны российских войск – недостаточное количество полупроводников. Более того, художественные приемы, такие как метафора “industry is in tatters” – «промышленность разорвана в клочья» и метонимия “economy on life-support” – «экономика еле держится / еле дышит», используются в тактике создания ложных ассоциаций касательно внутренней политики страны.

11 мая 2022 г. министр торговли США Джина Раймондо начинает провокационную борьбу против военных сил РФ с тактикой констатации фактов и злоупотребления терминами: “Computer chips, also known as semiconductors, are the brains that operate most modern electronics, from appliances to fighter jets. Russia manufactures few of its own chips, historically relying on imports from Asian and Western companies”. – «Компьютерные чипы, также известные как полупроводники, – это мозги, которые управляют самой современной электроникой, от бытовой техники до истребителей. Россия производит мало собственных чипов, исторически полагаясь на импорт азиатских и западных компаний». Используя терминологию из области электроники (computer chips, semiconductors, operate, modern electronics, appliances, fighter jets), американский политик стремится показать свою глубокую осведомленность, осознанность и понимание ситуации, что вызывает у массовой аудитории чувство доверия к ее словам. То же относится и к образному выражению, которое употребила в предложении Джина Раймондо, смешав научный и художественный стили и сделав акцент на тактике игре слов с помощью приема олицетворения: «компьютерные чипы, «...», – это мозги, которые управляют самой современной электроникой...». Более того, мы наблюдаем тактику ложной аргументации: эксплицитный (поверхностный) смысл данной мысли заключается в том, что, по мнению Джин Раймондо, компьютерные чипы, создаваемые в азиатских и западных странах, универсальны и

поэтому используются Россией в военной технике из-за разрушенной экономики страны, а значит, и невозможности производить собственную продукцию. Данное умозаключение наталкивает нас на тактику косвенного обвинения Российской Федерации министром торговли США [17].

“U.S. technology exports to Russia have fallen by nearly 70 percent since sanctions began in late February. Three dozen other countries have adopted similar export bans, which also apply to Belarus”. – «Экспорт технологий из США в Россию сократился почти на 70% с момента введения санкций в конце февраля. Три десятка других стран приняли аналогичные запреты на экспорт, которые также распространяются на Беларусь». Тактики злоупотребления статистическими данными и констатации фактов (“U.S. technology exports to Russia have fallen by nearly 70 percent...”; “Three dozen other countries have adopted similar export bans, which also apply to Belarus”), а также уверенно преподнесенная тактика упрощения фактов, которая говорит о недостаточной осведомленности источника (nearly, in late February, three dozens), направлены для донесения реципиентам о жестких ответных мерах, принятых с целью создания положительного впечатления у неравнодушной к военной проблеме аудитории.

“Our approach was to deny Russia technology – technology that would cripple their ability to continue a military operation. And that is exactly what we are doing.” – «Наш подход заключался в том, чтобы лишить Россию технологии – технологии, которая подорвала бы ее способность продолжать военную операцию. И это именно то, что мы делаем». В данных высказываниях (при помощи тактики констатации фактов в первом предложении и тактики повтора ключевой мысли во втором) заметна основная тактика – одобрения и самовосхваления, благодаря чему США оправдывает свое категоричное отношение к Российской Федерации, выражающееся в применении экономических санкций против страны-агрессора для защиты пострадавшей Украины.

Подтверждение информации о многогранном применении электросхем и о

вмешательстве США в экономику Российской Федерации заметна в следующем примере в тактике злоупотребления терминами из области электроники (dual-use chips), а также из области экономики (restrictions, sale, military and commercial applications, high-tech industries): “The new rules tightened those restrictions and also blocked the sale of most dual-use chips, which have both military and commercial applications, to nonmilitary users in Russia, including those in high-tech industries”. – «Новые правила ужесточили эти ограничения, а также заблокировали продажу большинства микросхем двойного назначения, которые имеют как военное, так и коммерческое применение, невоенным пользователям в России, в том числе в высокотехнологичных отраслях». В данном высказывании прослеживается основная тактика – косвенного обвинения военных действий Российской Федерации, которая строится на тактике констатации фактов о необходимых мерах против страны-агрессора.

12 мая 2022 г. в посте американского новостного источника The Washington Post, опубликованном в российском интернет-портале BFM.RU, Джина Раймондо продолжает уверенно заявлять о слабой экономике России: «из-за нехватки электрокомпонентов два российских производителя танков «Уралвагонзавод» и Челябинский тракторный завод ООО «ЧТЗ-Уралтрак» были вынуждены прекратить работу» – тактика констатации фактов и ложной аргументации. Второе высказывание министра торговли звучит так: «У нас есть сообщения от украинцев о том, что российская военная техника заполнена полупроводниками, которые они [*нр. авторов: российские солдаты*] достали из посудомоечных машин и холодильников».

Во-первых, здесь наблюдается тактика апелляции к анонимному источнику: нет указания конкретных лиц (украинцы и российские солдаты – нет уточнения порядкового номера и наименования по роду войск).

Во-вторых, тактика упрощения информации – недостаточность конкретизации военной техники (не упомянута маркировка средства) и месторасположения случившегося; тактика ложной аргументации

заметна на моменте с не самым достоверным утверждением граждан Украины: «...российская военная техника заполнена полупроводниками, которые они достали из посудомоечных машин и холодильников», которое можно охарактеризовать как слабодоказуемое, поскольку нет ни одного фактора, подтверждающего данное высказывание [18].

Далее мы будем наблюдать контрстратегию под названием «стратегия предоставления доказательств против высказывания оппонента». Пресс-служба «Уралвагонзавода» и ЧТЗ опровергла вышеописанную информацию 19 мая 2022 г., используя тактику констатации фактов: «предприятия работают в штатном режиме». «Основные модули для военной техники производятся в Российской Федерации. Трудности с доступностью компонентов у российских дизайн-центров, безусловно, есть, но не настолько значительные, чтобы разбирать бытовую технику. Кроме того, серийное производство этой [*нр. авторов: военной*] техники зарегулировано и стандартизировано. Требования по качеству жесткие и никто в здравом уме не будет идти на их снижение», – как заявляет представитель одного из крупнейших российских производителей электроники. Обобщенная отсылка на автора высказывания указывает на тактику апелляции к анонимному источнику (представитель одного из крупнейших российских производителей). Весьма интересно проявляется тактика отсылки к стандартам предприятия ЧТЗ, где автор не конкретно цитирует основные характеристики и требования, связанные с качеством производства и выпуском продукции, а в общих словах передает всю серьезность документа, который запрещено нарушать. Это достигается благодаря повтору синонимичных слов: «зарегулировано», «стандартизировано», а также через эпитеты, отражающие коннотацию ответственности и значимости: «жесткие требования». Здесь же можно выделить тактику отрицания мнения оппонента, указывающую на категоричность взглядов специалиста на данную проблематику. Прием прослеживается в выражении с отрицательным местоимением и частицей «не» с глаголом: «никто», «не будет идти

на снижение». Нельзя пройти мимо аллюзии, отсылающей реципиента к фразеологизму «в здравом уме и твердой памяти», который означает «состояние юридической дееспособности завещателя» в русском до-революционном праве: в конкретном случае фразеологизм употреблен в сокращенной (урезанной) форме, что является естественным для устной речи, а также отсылает аудиторию к похожему смыслу: «будучи здравомыслящим, психически здоровым» [19].

«Завод создавался как предприятие полного цикла со стопроцентной локализацией производства. Предприятие имеет свое заготовительное и инструментальное производство, мехобработку деталей, сборку. Локализация производства ЧТЗ на сегодняшний день составляет свыше 97%, а по ряду видов продукции – 100%, что во многом определяет ритмичность поставок готовой инженерной техники», – заявили в компании. Представители компании добавили, что завод готов к исполнению контрактов в формате полного жизненного цикла продукции. Работа предприятия продолжается без изменений, обеспечивая стабильную занятость своих сотрудников». Стратегия выражается в тактике повторения для того, чтобы подтвердить работоспособность именно «Уралвагонзавода»: используются синонимичные имена нарицательные и словосочетания, связанные с заводом – предприятие, компания, заготовительное и инструментальное производство, локализация производства; также заметна тактика злоупотребления терминами из области инженерии (заготовительное и инструментальное производство, мехобработка деталей, сборка, инженерная техника), из области экономики (локализация производства, вид продукции, поставки годовой инженерной техники, исполнение контрактов, стабильная занятость сотрудников); более того, прослеживается тактика предоставления статистических данных (КПД в процентах на 12.05.2022), что придает сообщению точность, вызывает у реципиента чувство достоверности информации (факты и знание профессиональных терминов – ключ к успешной самопрезентации и хорошему впечатлению). Стратегия заверения об успешности бизнеса про-

ходит через все сообщение (имплицитный смысл) [18].

Весомые доказательства предоставляет обозреватель масс-медиа Роман Кильдюшкин в статье от 19 мая 2022 г. интернет-газеты «Gazeta.ru». В ней рассматривается вопрос возможности использования подобных чипов в военной технике: «Использование чипов от бытовой техники в российских танках практически невозможно. «...» По словам специалистов, в этом нет необходимости – российские подрядчики Минобороны РФ не испытывают дефицита компонентов, необходимых для производства военной техники. Эксперты уверены, что подобные заявления со стороны Запада – это профанация, призванная создать видимость эффективности американских санкций». Здесь наблюдается тактика повторения ключевых слов (бытовая и военная техника, компоненты), что обращает внимание аудитории на рассматриваемую проблему; тактика анонимных источников без указания должностей и конкретных лиц (специалисты, эксперты) и тактика применения слов, выражающих уверенность («по словам», «уверены»). Это – обобщение, которое выглядит солидно, поскольку речь о людях-профессионалах в своей области, которые буквально заверяют реципиентов в правоте российских источников (они знают лучше, оперируют фактами и живут в стране, где происходит то или иное событие, и, что самое главное, могут подтвердить вышесказанное, будучи свидетелями). Помимо этого, данный пример демонстрирует тактику отрицания заявлений оппонента: «нет необходимости», «практически невозможно», «не испытывают дефицита», «это профанация» (искажение информации), что указывает на конкретную эмоциональную установку в аргументации или уверенность в своих словах [19].

Подтверждение невыполнимости задачи по смене полупроводников можно найти в следующих репликах: «Чтобы провести «пересадку», требуется, во-первых, специфическое оборудование, которое в «полях» с собой никто не возит. Во-вторых, нужно каким-то образом извлечь схему из бытовой техники, а это достаточно нетривиальная задача. В-третьих, необходимо, чтобы

извлеченный для «пересадки» ПЛИС был именно нужной модели. А их – десятки! В-четвертых, нужен тот же программатор, поскольку ПЛИС стиральной машинки соответственно запрограммирован и для работы в танке его нужно перепрошить. В конце концов, чип нужно поставить в танк, и при этом на всех этапах не повредить другие компоненты, что при использовании паяльника тоже невозможно». В статье не указано конкретное лицо, дающее инструкции, он назван обобщенным понятием «эксперт», что снова возвращает нас к тактике умолчания источника. Для последовательной связи компонентов в предложении употребляется тактика использования вводных фраз: «во-первых», «во-вторых», «в-третьих», «в-четвертых», «в конце концов»: перечисление событий структурировано, а значит внушает реципиентам уверенность в достоверности мыслей N-эксперта. В данном примере мы также встречаем тактику высказываний о должном, которые выражаются словами: «требуется», «нужно», «необходимо», «нужен» – это подсознательно считывается аудиторией как инструкция, которая учит, показывает, с чего нужно начинать и что делать для достижения правильного достоверного результата, тем более, это слова самого эксперта. Тактика повтора и злоупотребления профессиональными терминами из области электроники: «пересадка», «извлечь схему», «нужная модель», «перепрошить», «ПЛИС стиральной машины», «паяльник», «компоненты», «программатор», «чип» – указывает на вовлеченность сотрудника предприятия в своей профессии, его глубокие знания. Тактика отрицания заявлений оппонента: «нетривиальная задача», «никто не возит», «невозможно» и разговорной лексики «работать в полях» или «работа без комфортных условий и оборудования», «пересадка ПЛИСа» или «замена электронного компонента», а также восклицательного выражения «а их – десятки!» (т.е. очень большое количество) существенно сближает реципиентов с мнением сотрудника завода: простые или бытовые слова и фразы вызывают доверие у аудитории как к равному по статусу человеку. В общем, можно выделить еще одну стратегию под

названием «сближение с реципиентом» [19].

Официальный сайт компании «Концерн: Тракторные заводы» доказывает факт объединения предприятий, создающих комплектующие для военной техники (новость от 25 мая 2022 г.): «Российские тракторостроители объединят усилия в разработке и производстве современной инженерной техники – ООО «ЧТЗ-УРАЛТРАК» (в составе АО «Концерн «Уралвагонзавод» входит в Госкорпорацию Ростех) и Концерн «Тракторные заводы» создадут в Челябинске совместное предприятие для развития производства». В тактике констатации фактов использован прием метонимии в словосочетании «объединить усилия», что означает «скооперироваться», «начать работать вместе», и прием олицетворения с метонимией (концерны создадут совместное предприятие). Тактика злоупотребления терминами, а именно названиями заводов и предприятий, а также лексикой из области инфраструктуры (концерн, завод, тракторостроители, предприятия, производство), направляет аудиторию на главную суть посылки новостного сообщения [20].

Таким образом, высказанная президентом Еврокомиссии Урсулой фон дер Ляйен и министром торговли США Джиной Раймондо новость об использовании российскими войсками полупроводников из ЕС для изготовления танков в войне против Украины является примером стратегий:

- 1) предупреждения о военной опасности для жителей Украины и равнодушных реципиентов;
- 2) освещения проблемы военного конфликта на Украине;
- 3) предъявления претензий правительству Российской Федерации в лице президента Путина и критики его военно-политических решений о нападении на мирное государство;
- 4) доказательства нестабильности и недееспособности экономики Российской Федерации;
- 5) предоставления доказательств против высказывания оппонента;
- 6) заверения об успешности бизнеса;
- 7) сближения с реципиентами.

Данные стратегии выражались при помощи тактик: повтора прецедентной информации и ключевых слов; повтора синонимичных слов; апелляции к анонимным источникам; не прямых высказываний (с художественными приемами: метафор, метонимий, ироний); создания ложных ассоциаций и аргументаций; упрощения фактов; констатации фактов (вместе с приемами метонимии и олицетворения); отсылки к стандартам предприятия тракторостроительного бизнеса (с использованием эпитетов, повтора синонимичных слов); отрицания мнения и заявлений оппонента (с приемами аллюзий и фразеологизмов); злоупотребления профессиональными терминами; предоставления статистических данных и уточнения необходимых деталей; указания на конкретный источник; употребления разговорной лексики; убеждения об обратном (совместно с приемами сарказма, идиомы, эпифоры и синтаксического параллелизма); применения слов, выражающих уверенность; использования вводных фраз; высказывания о должном; насмешки (благодаря приемам градации и иронии); ответственности и значимости; вводных слов и фраз; одобрения и самовосхваления.

В заключение можно сказать о том, что авторами исследования был проведен структурно-семантический анализ лексических, психологических и лингвистических способов речевого воздействия в некоторых новостных сообщениях, количественное сравнение и итоговое измерение (подсчет) получившихся результатов. За основу были взяты теории о способах манипулятивного воздействия С.Г. Кара-Мурзы (влияние на интеллект, волю, чувства человека), а также о воздействии на эмоциональный настрой аудитории Ю.И. Левина, которое может проявляться в не прямых высказываниях (ирония, метафора, фразеологизм, метонимия, идиома), игре слов (каламбур), оценочных высказываниях, эпитетах, риторических вопросах, высказываниях с заведомым преувеличением (гипербола или литота), «лозунговой констатации». Опираясь на вышеперечисленную информацию, удалось не только определить уже известные по теоретическим данным тактики манипулирования, но и

выделить совершенно новые стратегии и тактики на основании бесконечности и вариативности дискурса и составляющих его текстов.

Проанализировав англоязычные, немецкоязычные и русскоязычные источники на тему использования российскими войсками микрочипов из ЕС, США, Восточных стран для ведения военных действий на Украине, можно сделать вывод о том, что манипуляция достигалась при помощи разнообразных лексических, психологических и лингвистических приемов.

В немецкоязычной лингвокультуре преобладало использование тактик: создания оппозиции «свой – чужой», с помощью которой пресса эксплицитно противопоставляла страну-агрессора и страну-жертву, а также делала акцент на представителях равнодушного отношения к проблеме; констатации фактов, злоупотребления научной терминологией и чрезмерного оперирования статистикой, показывая такими способами аудитории точность данных и тщательную выборку информации; повтора прецедентных феноменов и ключевых слов, являющейся актуальной среди массовой аудитории как заинтересованных, так и не следящих за ходом событий лиц, поскольку указывает на постоянство информации, акцентирует внимание на проблеме. В некоторых случаях была заметна тактика уточнения необходимых деталей (в лице автора сообщения, места работы), что, безусловно, вызывало у реципиентов доверительное отношение к источнику.

Для англоязычной лингвокультуры было характерно использование тактик: предоставления критической ложной аргументации; констатации фактов и косвенного обвинения, поскольку главной задачей англоязычных источников было навешивание ярлыков в сторону российской экономики и военных действий; вместе с тем употреблялась тактика злоупотребления терминами для того, чтобы показать осведомленность в том или ином вопросе; однако в большинстве случаев данные такого рода предоставлялись от анонимного источника (не было известно имя адресанта сообщения, места событий, не указывалось точное время); во многих случаях приме-

нялась тактика упрощения фактов, поскольку информация исходила только от одного источника (Украина, украинские свидетели, журналисты), сторону которых поддерживает США.

Русскоязычная лингвокультура была вынуждена занимать оборонительную позицию, поэтому в новостных материалах были задействованы тактики: отрицания заявлений оппонента; предоставления статистических данных и уточнения информации (в вопросах подтверждения работоспособности экономики и возможности задействования экспортированных деталей в военной технике); использования вводных слов и фраз с целью структурирования мыслей; применения синонимичных слов, что помогало удерживать акцент на поставленной задаче или проблеме; а также употребления слов, выражающих уверенность, для демонстрации твердости и убежденности в правоте своих аргументов. Несмотря на это, в русскоязычных статьях (кроме официальных сайтов со статистической информацией о локализации производства российских предприятий) продолжала прослеживаться тактика апелляции к анонимному источнику, что заметно уменьшало процент доверия реципиентов.

Таким образом, самыми популярными манипулятивными тактиками оказались тактики: отрицания мнения оппонента, которое прослеживалось на протяжении разбора истины любого новостного заявления для доказательства правоты оратора; создания ложных ассоциаций и аргументаций,

что способствовало выработке у реципиентов негативного отношения к определенному субъекту или объекту; апелляции к анонимным источникам, которая больше всего наблюдалась в иностранных новостных сообщениях и использовалась для разоблачения оппонента при помощи мнения авторитетных лиц без указания точной информации; повтора прецедентной информации, ключевых и синонимичных слов – для концентрации внимания аудитории на проблему, освещаемую политиками; злоупотребления профессиональными терминами, благодаря которой у аудитории складывалось впечатление высокой степени профессионализма автора сообщения.

В качестве главной стратегии можно выделить «сближение с реципиентами», поскольку это является ведущей целью информационных источников по принципу: «чем больше людей прониклось новостью, тем большую поддержку можно ожидать». С психологической точки зрения, адресанту будет приятно то высказывание, которое будет звучать уверенно в глазах самого оратора, а также исходя из приведенных доказанных фактов. В силу этих выводов наилучшими тактиками можно считать: тактику предоставления статистических данных и уточнения необходимых деталей; тактику употребления слов, выражающих уверенность; тактику указания на конкретный источник; тактику ответственности и значимости.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Березин Ф.М. 2000. 03. 008. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / Ом. гос. ун-т. – Омск, 1999. – 284 с. Библиогр.: С. 264-280 // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия: Языкознание. 2000. № 3. С. 43 // Платформа КиберЛенинка. URL: <https://cyberleninka.ru/>.
2. Броженко С.В. Стратегии и тактики речевого воздействия в рекламном дискурсе (на материале рекламных текстов банковских услуг) // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 3 (218). Филология. Искусствоведение. Вып. 50. С. 11-15.
3. Гончарова Н.А. Новостные тексты политического характера как особый тип дискурса // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия: Филология и искусствоведение. 2013. № 1 (114). С. 107-114.
4. Грушевская Т.М. Политический дискурс в аспекте газетного текста. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2002. 116 с.
5. Гурочкина А.Г. Манипулирование в лингвистике // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2003. № 5. С. 136-137.

6. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. Б.: БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.
7. Козлова Я.Ю. Вербальные и невербальные средства создания эмоционального портрета политика (на примере Б. Обамы) // Языкознание. 2016 № 11 (65). Ч. 3. С. 115-120.
8. Левин Ю.И. Истина в дискурсе // Семиотика и информатика. 1994. Вып. 34. С. 141-158.
9. Найдина Д.С. Классификация стратегий и тактик манипулирования по аспекту воздействия // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2015. №4 (46). Ч. 1. С. 123-126.
10. Рюкова А.Р. К вопросу о классификации дискурса // Вестник Башкирского университета. 2016. № 1. С. 115.
11. Суворова А.Ю. Политические коммуникации: сущность, структура и современные тенденции развития // Государственная служба. 2017. № 6 (110). С. 105-109.
12. Фуко М. Археология знания / Пер. с фр., общ. ред. Б.Р. Левченко. Киев: Ника-Центр, 1996. С. 209-210.
13. Furko P. Manipulative Uses of Pragmatic Markers in Political Discourse // Palgrave Communications. Humanities. Social Sciences. Business. 2017. Vol. 3. Pp. 1-8.
14. Qin X. Critical Discourse Analysis of News Discourse // Theory and Practice in Language Studies. 2018. Vol. 8. №. 4. Pp. 399-403.
15. Umgehung der Sanktionen: Mikrochips aus Waschmaschinen, Halbleiter aus Geschirrspülern: SO macht Putin Haushaltsgeräte aus der EU zu Waffen im Krieg gegen die Ukraine! // Berliner-Kurier. de. URL: <https://www.berliner-kurier.de/>.
16. Faktencheck: Waschmaschinen-Chips in russischen Panzern? Was hinter Hofreiters Aussage steckt // Correctiv.org. URL: <https://correctiv.org/>.
17. Sanctions forcing Russia to use appliance parts in military gear, U.S. says // The Washington Post. URL: <https://www.washingtonpost.com/technology/2022/05/11/russia-sanctions-effect-military/>.
18. В США заявили, что в российских танках использованы чипы бытовой техники. URL: <https://www.bfm.ru/news/499801>.
19. Можно ли починить танк с помощью чипа из холодильника. URL: <https://www.gazeta.ru/tech/2022/05/19/14870042.shtml>.
20. Российские тракторостроители объединят усилия в разработке и производстве современной техники URL: <https://tplants.com/pressroom/releases/4455/>.

MANIPULATIVE TACTICS IN NEWS DISCOURSE

© 2023 Olga Y. Kolomiytseva¹, Anastasia I. Rachinskaya²

^{1,2} Samara University of Public Administration
“International Market Institute”, Russia

Through news discourse, the recipients are influenced for the purpose of political struggle that will subsequently influence their assessment of an event, as well as their attitude towards diplomatic figures and public administration bodies. Therefore, the main research is primarily based on the political texts published in official news sources of mass media. The following study objectives are implied: an interpretation of the concept of news discourse, a definition of the main implemented verbal strategies and tactics of the authors of news reports that could manipulate consciousness of the recipients. Intent of the study is to highlight the most common methods for conveying verbal impact in political news discourse. The article will use the method of structural semantic analysis.

Keywords: discourse, manipulation, news discourse, verbal means of influence, political texts, speech strategies and tactics, mass media.