

АДВИСИВНАЯ ИНТЕНЦИЯ КАК СРЕДСТВО МАНИПУЛИРОВАНИЯ

О.М.Лёвина

Оренбург, Россия

Summary: The paper analyses the advice intention as the means of manipulation. The paper considers technology and peculiarities of manipulation, manipulation types. There is a structural analysis of the examples of the advice intention. The paper determines main intensifiers of the advice intention. The paper concludes that during global economic crisis the leaders of the world powers use the advice intention as the means of political manipulation.

В период мирового экономического кризиса отмечается значительный рост интереса к проблеме политического манипулирования в рамках изучения речевой интенции, а именно исследования природы адвисивной интенции.

Средства массовой информации часто называют четвёртой властью. Действительно, во многом от того, каким образом журналисты представляют события, происходящие в мире, зависит понимание их мировым обществом. СМИ также являются основным элементом политической системы общества.

Далеко не все распространяемые СМИ сведения носят политический характер. К политической информации относятся те сведения, которые имеют общественную значимость и требуют внимания со стороны государственных органов или оказывают на них воздействие (манипуляцию) [Швидунова 2003: 43].

СМИ в силу ряда своих отличительных характеристик (публичности, непрямого, разделенного в пространстве и во времени взаимодействия коммуникационных партнеров; однонаправленности воздействия от коммуникатора к реципиенту, невозможности перемены их ролей; непостоянного, дисперсивного характера аудитории, которая образуется от случая к случаю в результате общего внимания, проявленного к той или иной передаче или статье) идеально подходят для манипулирования человеком. Как отмечает Г.Шиллер, «для успешной манипуляции требуется фальшивая действительность, в которой ее присутствие не будет ощущаться» [Карамурза 2001: 24].

В последние годы тема манипулирования (манипуляции) вышла за пределы научных исследований и, расширив рамки публичной дискуссии, стала объектом внимания СМИ. На протяжении 1990-х гг. в СМИ по вопросу о манипулировании сознанием существовало единодушное мнение о том, что манипулирование представляет собой «пси-оружие», и трактовали его лишь в рамках технической области знания, отвлекая внимание аудитории от социально-политической сущности этого феномена. Когда же на СМИ обращали внимание как на социальный институт, у манипуля-

тора всегда были организационная и профессиональная концепции СМИ и «идеологема плюрализма СМИ как венец защиты от обвинений» [Аргунова 2001: 28].

В современной трактовке понятие «манипуляция» рассматривается как воздействие на кого-то с целью побуждения к действиям, противоречащим его (их) собственным интересам [Кара-Мурза 2001: 34].

Считается, что СМИ обладают определенными возможностями и силой воздействия, которые зависят от способа их восприятия реципиентами. Наиболее массовое и сильное политическое влияние оказывают аудиовизуальные СМИ, и прежде всего радио и телевидение.

По мнению А.Швидуновой, в любом современном обществе СМИ в той или иной форме выполняют ряд политических функций, оказывающих значительное влияние на массы [Швидунова 2003: 54]. Наиболее важной функцией СМИ А.Швидунова считает информационную, которая состоит в получении и распространении сведений о важных для реципиента событиях. Масс-медиаальная информация включает, помимо освещения тех или иных фактов, также их комментирование и оценку.

СМИ передают реципиентам знания, которые позволяют адекватно оценивать и упорядочивать полученные сведения. Данную функцию А.Швидунова называет образовательной, при этом автор классификации функции СМИ утверждает, что «под видом политического образования у людей могут формироваться и псевдорациональные структуры сознания, искажающие реальность при ее восприятии» [Швидунова 2003: 32].

Несомненно, образовательная роль СМИ достаточно тесно связана с функцией социализации, которая позволяет реципиенту информации усвоить политические нормы, ценности, образцы поведения, адаптироваться к социальной действительности.

Особое место в классификации функций СМИ отводится функции критики, отличающейся широтой и неограниченностью объекта критики (президент, правительство, суд, различные направления государственной политики, СМИ).

В основе контрольной функции лежит авторитетное общественное мнение. В отличие от государственных и хозяйственных органов контроля, СМИ не могут применять административные, экономические санкции к нарушителям, однако их контроль не менее эффективен и в некоторых случаях даже более строг, так как они дают не только юридическую, но и моральную оценку событиям и лицам.

Однако СМИ способны не только критически оценивать недостатки в политике и обществе, но и выполнять «конструктивную функцию артикуляции различных общественных интересов, конституирования и интеграции политических субъектов» [Швидунова 2003: 47]. Роль СМИ заключается в обеспечении представителям различных общественных групп возможности публично выражать их мнение, находить и объединять единомышленников, спланировать их общностью целей и убеждений, четко формулировать и представлять в общественном мнении свои интересы. Следовательно, выявленные функции СМИ позволяют говорить о наличии

практически неограниченных возможностей СМИ в области политического манипулирования (манипуляции).

К основным особенностям «манипуляции» относятся стремление активной стороны (манипулятора) к достижению одностороннего выигрыша, а также закрытый характер воздействия: скрываются не только цели, намерения или интересы активной стороны, но и сам факт преследования иных, кроме декларируемых, целей [Кара-Мурза 2001: 35].

Возникающая необходимость властвовать и управлять неизбежно вызывает потребность навязывать волю подданным, так считает большинство исследователей, занимающихся проблемой политического манипулирования. А.Цуладзе утверждает, что «политические манипуляции – один из способов осуществления власти и борьбы за нее» [Цуладзе 2000: 31].

Считается, что манипуляторы действуют, с одной стороны, открыто, часто используя лозунги об общем благе, но в большинстве случаев в их действиях присутствует скрытый механизм, который не виден окружающим. В.П.Пугачев делит управление человеком на два основных типа: открытое (явное) и скрытое (тайное) [Кара-Мурза 2001: 28]. Если управление имеет явный характер, цели ставятся и осуществляются открыто, при тайном – замалчиваются. Преобладание того или иного типа, по мнению исследователя, зависит от нескольких причин: «...прежде всего от степени несовпадения интересов управляемых и управляющих; цивилизованности общества; возможностей и умения правящей элиты использовать различные способы скрытого влияния на массы» [Пугачев 2003: 33]. При этом В.П.Пугачев отмечает, что масштабы применения манипулятивных технологий увеличиваются быстрыми темпами по мере развития человечества. Мы также считаем, что на масштабы использования технологий политического манипулирования влияет внутренняя обстановка в государстве, например мировой экономической кризис.

Этот период отличается значительным применением речевых интенций в политических текстах с целью скрытого внедрения в психику адресата целей, желаний, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у него в данный момент.

В современную лингвистику термин *интенция* был введен последователями английского логика Дж.Остина, одного из создателей теории речевых актов [Grice 1989: 47]. По определению Г.П.Грайса, интенция представляет собой намерение говорящего сообщить нечто, передать в высказывании определенное субъективное значение, то есть передать какое-то сообщение, подразумевая нечто [Grice 1989: 45].

Понятие «речевая интенция», а также ее сложная природа выражения были объяснены Ф.Стросоном. В статье «Намерение и конвенция в речевых актах» автор, изменяя понятие «субъективное значение», введенное Г.П.Грайсом, утверждает, что применение данного термина значительно шире и его выражение может быть объяснено с помощью «интенции» говорящего посредством высказывания [Стросон 1986: 29]. «Произнесение есть нечто произведенное или совершенное говорящим, причем не обязательно с помощью голоса, это может быть жест, передвижение или расположение объектов определенным образом» [Стросон 1986: 23].

Дж.Серль внес значительный вклад в изучение речевой интенции, дополнив число факторов, влияющих на формирование интенции говорящего и распознавание ее адресатом. Он понимал под интенциональными состояниями широкий спектр ментальных состояний, связанных с обращенностью сознания вовне, а не на самого себя [Searle 1969: 57].

В данном исследовании мы взяли за основу адвисивную интенцию – намерение говорящего дать совет, от англ. to advise – советовать (Дж.Серль выделяет адвисивную интенцию в классе директивов таксономии речевых актов [Searle 1969: 62]). Структурный анализ 400 статей англоязычных изданий (514 единиц) за февраль 2009 – сентябрь 2010 гг. («Telegraph», «Guardian», «New York Times», «The Ecologist», «Independent», «ABC News», «Live in fitness enterprise», «Reuters») показал, что в период мирового экономического кризиса лидеры мировых держав часто прибегают к технологиям манипулирования, используя в качестве основного «инструмента» воздействия на массы адвисивную интенцию.

Например: *Prepare yourself for the long haul. It's not as bad as your fear. Nobody died from starvation on a diet* («Telegraph», July 2009); *Don't try unless you're ready. All the times you've made a half-hearted attempt and given up have eroded your confidence and will power. Don't try again unless you've really thought this through and are ready* («Telegraph», July 2009).

Так, президент США Барак Обама в недавнем выступлении («Reuters», September 2010) заявил: *I need everybody here to go back to your neighborhoods, and your workplaces, to your churches, and barbershops, and beauty shops. Tell them we have more work to do. Tell them we can't wait to organize. Tell them that the time for action is now... Remember, the other side has a plan too. It's a plan to turn back the clock on every bit of progress we've made.*

Технологию манипулирования, которую использует лидер, можно отнести к третьему уровню воздействия в контексте политической манипуляции (А.Цуладзе выделил межличностный, групповой и массовый уровни [Цуладзе 2000: 67]). Коммуникация на массовом уровне осуществляется часто через посредников, на современном этапе таким посредником выступают СМИ. В данном случае политическое манипулирование скрытое (тайное), хотя президент призывает массы к действию, говоря о своей личной заинтересованности: «*I need everybody*», а также использует глаголы повелительного наклонения *tell, remember* (неволеятативный императив) с целью передачи адвисивной интенции реципиенту. Назовем данную адвисивную интенцию адвисивом-призывом, где продуцент речевого общения – авторитетное лицо, имеющее влияние на реципиента. Адвисивы-призывы используются (при чрезвычайных ситуациях, возможно публично) в таких случаях, когда следование совету жизненно необходимо для реципиента. Политическое манипулирование адвисивной интенции осуществляется в пропагандистской деятельности властных структур, целью которой выступает создание образа благоприятной обстановки в стране и в мире в целом. «Посредством проговаривания специально составленных текстов, таких, где ценностно-значимые понятия встречаются с повышенной частотой, можно достичь различных эмоциональных состояний ауди-

тории – от успокоения до, что бывает гораздо чаще, возбуждения и агрессивности» [Пугачев 2003: 27].

Также следует отметить, что информация, представляемая в процессе вербальной интеракции (а именно в процессе манипулирования), воспринимается адресатом сообщения не только линейно, но и парадигматически, то есть на уровне различного рода ассоциаций, вызываемых определенными элементами языкового кода. Данный феномен очень активно используется манипуляторами.

Согласно мнению А.В.Антоновой, механизм парадигматического восприятия информации можно объяснить с помощью теории фреймов [Антонова 2007: 34]. Известно, что различные типы знаний человека хранятся в его памяти не в хаотическом беспорядке, а в виде фреймов – особых структур, которые содержат знания о стереотипных ситуациях, входящих в систему универсальных знаний реципиента об окружающей его действительности. Ассоциации, характерные для большинства членов коммуникативного сообщества, фиксируются в памяти и подсознании потенциальных говорящего и слушающего и приобретают характер фрейма. Отмечается «синестетический характер ассоциативных фреймов»: например, восприятие цвета сопровождается возникновением определенного эмоционального состояния и его оценки (черный – подавленность, страх – плохо и т.п.) [Антонова 2007: 47]. Подобные ассоциации могут носить универсальный характер, то есть возникать у большинства носителей языкового кода.

Так, согласно результатам интент-анализа единиц адвисивной интенции, можно сделать вывод, что лидеры мировых держав, выступающих в роли манипуляторов общественного мнения, используют адвисивные интенции, заключая их в ассоциативный фрейм кризиса, то есть манипулирование осуществляется через жизненно важные понятия для реципиентов: работа (в условиях кризиса существует большая вероятность попасть под сокращение и остаться безработным), питание (голод), безопасность (нестабильная ситуация в стране стимулирует противоправное поведение): *We (universities) must do more to end elitism in Britain by admitting thousands more students from poorer backgrounds, according to a new report commissioned by Gordon Brown* («Guardian»; July 2009); здоровье (отсутствие болезней, психических и физических отклонений): *We do need to understand if small changes in the particular strain isolated from severe and fatal cases lead to different behaviours that suggest the virus is «hotting up»* («Telegraph»; August 2009).

Средствами усиления эффекта манипулятивного содержания адвисивной интенции являются интенсификаторы адвисивной интенции (все языковые средства, способствующие усилению данной интенции, термин предложен А.В.Антоновой [Антонова 2007: 55]). Однако эти интенсификаторы могут быть названы интенциональными лишь в том случае, если они усиливают какое-либо средство, имплицитно или эксплицитно указывающее на содержание интенции. Основными интенсификаторами, используемыми для усиления манипулятивного эффекта адвисивной интенции речи политика, можно считать:

1) морфологический уровень: «оператор do», который довольно часто встречается в адвисивных интенциях, усиливая значение перформативных глаголов: а) *There have been lots of children already having the condition but making a very quick and full recovery. We do have to keep it in perspective* («Telegraph»; June 2009); б) *We do need to understand if small changes in the particular strain isolated from severe and fatal cases lead to different behaviours that suggest the virus is «hotting up»* («Telegraph»; August 2009);

2) лексический уровень: *приглагольные наречия*. Наблюдения за адвисивными речевыми актами с манипулятивным содержанием показывают, что наиболее часто используется наречие *strongly* («настоятельно»): а) *We strongly urge you to encourage the Senate Finance Committee to continue its discussions on a bipartisan basis to reach consensus on how to improve our health care system and identify ways to expand coverage, without dramatically affecting those who do have coverage* («NY Times»; August 2009); б) *Although we strongly recommend the vaccination for people that are immunosuppressed, the same immune dysfunction that can increase the risk and consequences of influenza infection might also compromise vaccine responses and effectiveness* («Guardian»; June 2009).

Использование основных интенсификаторов адвисивной интенции показывает, что адресант положительно оценивает свою позицию и манипулятивное содержание своей речи.

Таким образом, проведенное исследование позволило выяснить, что в период мирового экономического кризиса лидеры мировых держав применяют адвисивную интенцию в качестве средства политического манипулирования. Основная технология манипулирования – массовое скрытое (тайное) воздействие в контексте политической манипуляции. Средствами, усиливающими манипулятивное содержание адвисивной интенции, в англоязычных СМИ являются интенсификаторы адвисивной интенции на морфологическом уровне – «оператор do», на лексическом уровне – приглагольные наречия.

ЛИТЕРАТУРА

- Grice 1989 – *Grice H.P. Studies in the Way of Words*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1989.
- Searle 1969 – *Searle J. Speech acts: an essay in the philosophy of language*. Cambridge: University press, 1969.
- Антонова 2007 – *Антонова А.В. Средства выражения промиссивной интенции в английском языке*. Оренбург: ИПК ГОУ ОГУ, 2007.
- Аргунова 2001 – *Аргунова Е.В. Манипулирование массовым сознанием как фактор политической социализации в России, конец 1980-х – 2000 гг.: Диссертация... кандидата политических наук*. СПб., 2001.
- Желтухина 2003 – *Желтухина М.Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ*. М.: Ин-т языкознания РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2003.

- Кара-Мурза 2001 – *Кара-Мурза С.Г.* Манипуляция сознанием. М.: Алгоритм, 2001.
- Пугачев 2003 – *Пугачев В.П.* Технологии скрытого управления в современной российской политике // Вестник Московского университета. Сер. 12. Политические науки. 2003. № 3.
- Стросон 1986 – *Стросон П.Ф.* Намерение и конвенция в речевых актах // Новое в зарубежной лингвистике. Вып.17. М.: Прогресс, 1986.
- Цуладзе 2000 – *Цуладзе А.М.* Большая манипулятивная игра. М.: Алгоритм, 2000.
- Швидунова 2003 – *Швидунова А.* СМИ как субъект политического процесса и инструмент политических технологий, http://polbu.ru/shvidunova_smi/