

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра русского языка,
речевой коммуникации и русского как иностранного

**ЯЗЫКОВЫЕ ПРИЕМЫ МАНИПУЛЯЦИИ ЧИТАТЕЛЕМ В
ГЛЯНЦЕВОМ ЖУРНАЛЕ «ESQUIRE»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 432 группы
направления 42.03.02 Журналистика
Института филологии и журналистики
Григорьевой Наталии Сергеевны

Научный руководитель
доктор филологических наук
профессор

_____ М.А. Кормилицына
подпись, дата

Зав. кафедрой
доктор филологических наук
профессор

_____ М.А. Кормилицына
подпись, дата

Саратов 2018

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

«Слово – великая сила, но надо заметить, что это союзник, всегда готовый стать предателем»

Пороховщиков П.С.

Глобализация процессов информирования населения оказывает мощное воздействие на сознание и мышление. При отсутствии критического мышления у читателя или слушателя можно «спроектировать любое мнение», и этот факт - серьезная причина не доверять современной публицистике. СМИ, манипулируя сознанием, пытаются повлиять на поведение и взгляды своей аудитории.

Сегодняшние СМИ предлагают ту реальность, которая уже опосредована чьим-то мнением, она упрощена и переработана под нужное понимание текста. Из-за отсутствия критического мышления в некоторых случаях прочитанный материал может оказать значительное влияние, так как человек принимает его как истину, ведь легче принять эту информацию, чем критично её воспринимать, а это значит, что можно внушить что угодно.

Актуальность работы заключается в том, что языковое воздействие на современных читателей сейчас как никогда осуществляется при помощи множества каналов и разными способами. Материалы журнала «Esquire» являются одним из самых эффективных явлений манипуляции.

Цель работы – выявить и проанализировать приемы языковой манипуляции в журнале «Esquire».

Для достижения цели были поставлены следующие **задачи**:

1. описать концепцию и имидж выбранного для изучения журнала;
2. выявить и изучить лингвистические приемы манипулятивного воздействия на читателя в статьях журнала;

3. определить причину активности использования манипуляции в исследуемом материале.

Материалом для исследования послужили 17 номеров глянцевого журнала «Esquire».

Работа состоит из Введения, главы I «Теоретические основы понятия манипуляции», главы II «Исследование приемов манипуляции в журнале «Esquire», Заключения, Списка использованной литературы и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **ВВЕДЕНИИ** обосновывается актуальность исследования, определена цель, задачи, объект и материал исследования.

В первой главе «Теоретические основы понятия «манипуляция» дается определение понятия «манипуляция» и ее основные приемы. Вслед за современными исследователями под языковым **манипулированием** понимается «скрытое языковое воздействие на адресата, намеренно вводящее его в заблуждение относительно замысла или содержания речи. Определяющим фактором и, следовательно, интернациональной основой языкового манипулирования является некритическое восприятие информации адресатом» (Данилова 2011: 12).

Основная причина успешной манипуляции заключается в подавляющем числе случаев в отсутствии критического анализа информации. Большинство не желает тратить ни умственных, ни душевных сил и тем более времени на то, чтобы поставить полученную информацию под сомнение. Чаще всего это происходит потому, что пассивно воспринимать информации намного проще, чем критически осмысливать каждый сигнал. Это ведет к тому, что современному читателю намного проще запрограммировать определенные идеи и намерения.

Следует учесть тот факт, что чаще всего вводят в заблуждение не сведения, которые содержатся в журналистском материале, а «двусмысленности», «недомолвки» и другие способы косвенной передачи информации. Основным акцент любой манипуляции ставится на то, какие умозаключения может построить адресат на основе полученного сообщения, цель которого – достичь односторонней выгоды в пользу манипулятора.

Важно понять особенности данного феномена. По мнению О.Н. Быковой, «в основе **языковой манипуляции** лежат такие психологические и психолингвистические механизмы, которые вынуждают адресата некритично воспринимать речевое сообщение, способствуют возникновению в его сознании определенных иллюзий и заблуждений, провоцируют его на совершение выгодных для манипулятора поступков» (Быкова 1999: 99).

Итак, **языковая манипуляция** – это скрытое воздействие на адресата при помощи определенных лингвистических приемов и методов. Главной целью её использования является формирование у адресата определенной точки зрения, выгодной для манипулятора.

Языковое манипулирование используется практически во всех сферах применения языка, но особенно часто оно применяется в рекламе, PR и, конечно, в СМИ, поэтому важно знать и уметь владеть основными приемами языкового манипулирования.

Во второй главе «Исследование приемов манипуляции в журнале «Esquire» проанализированы основные приемы манипуляции, используемые авторами статей.

1. Употребление вырванных из контекста цитат. Вырванная из контекста цитата всегда привлекает внимание. Чаще всего употребленная цитата искажает смысл исходного сообщения. Недословное цитирование может менять суть сообщения и акценты, оно с легкостью сможет из

положительного высказывания создать отрицательное. Употребление вырванных из контекста цитат - достаточно распространенный прием в прессе, и он считается действенным для достижения манипулятивного воздействия.

Журналисты оппозиционных СМИ очень часто стараются представить политиков и депутатов Госдумы в негативном свете. Цитату Максима Мищенко прокомментировали следующим образом: *«Самый эффективный способ начисто искоренить преступность. Чем больше людей, получающих высшее образование в стране, тем выше преступность. Мы не должны готовить высокоинтеллектуальных подонков»*. Максим Мищенко, депутат Госдумы» (Октябрь 2011). Из данной цитаты мы видим, что депутат Госдумы как будто против образования и считает, что именно оно портит нравственное начало человека и увеличивает преступность. Из цитаты можно сделать вывод, что Мищенко провел параллель между этими закономерностями, но ответа, почему и чем это можно объяснить, читатель не найдет, а из полученной информации можно уяснить только то, что депутат Госдумы считает образование ненужным.

2. «Подмена понятия – это умение выдать одно понятие за другое, заменить понятие (уменьшить объем понятия), чтобы изменить контекст, вызвать определенную реакцию, изменить отношение к чему-либо» (Горина 2016: 27). Отличительной особенностью данного приема является то, что подменяется не информационная составляющая предмета (смысл, значение предмета), а сам предмет. При помощи **подмены понятий** можно добиться внушения отрицательного мнения об объекте описания. Так, например, на апрельской обложке номера 2010 года использован анонс: *«Зачем балерины и геи вступают в «Единую Россию»? Интервью журналиста Андрея Лошака с балеринами, геями и «другими партийными товарищами»* (Апрель 2010). В данном случае при помощи **подмены понятий** в анонсе и в самой статье партию «Единая Россия» ставят в один ряд со словами,

далекими от политики. Создается образ несерьезности и даже негативной окраски, так как, слово «геи» в русском языке считается не совсем политкорректным. Однако в подзаголовке материала дана уже следующая информация: *«Андрей Лошак пытался выяснить у творческих людей, зачем они вступили в партию «Единая Россия».* В данном случае журналист назвал людей, вступивших в партию, *«творческими».* И в самом деле, материал состоит из интервью с такими личностями, как Станислав Говорухин - кинорежиссер, Анастасия Волочкова - балерина, Игорь Бутман - музыкант, Леонид Якубович - телеведущий, Федор Бондарчук - кинорежиссер, Сергей Жигунов - актер, а вот Бориса Моисеева автор уже представил как артиста эстрады. В статье нигде не встречается слово «гей», хотя в анонсе на обложке говорили, скорее всего, о Борисе Моисееве. Подмена понятий направлена не только на привлечения интереса читателя, но и на создание отрицательного мнения о партии «Единая Россия».

3. «Стереотипизация» и «наклеивание ярлыков» - одни из самых мощных манипулятивных приемов, которые активно используются в медиатекстах. По признакам и воздействию они сходны друг с другом: манипулятивные приемы «навешивание ярлыков» и «стереотипизация» в медиатекстах формируют у читателя заведомо негативное отношение к объекту описания, искажают действительность. Устоявшийся стереотип или ярлык несет за собой в обществе уже готовое оценочное представление. При наложении на объект описания в тексте отрицательный смысл стереотипа воспринимается как единое целое с объектом. Данный прием особенно распространен в журналистских текстах оппозиционных изданий, пишущих о политических деятелях и о политике в целом.

Излюбленный прием языковой манипуляции журналистов редакции «Esquire» - **навешивание отрицательного ярлыка** на кого-нибудь для создания отрицательного образа. Филипп Бахтин в своей рубрике «Письмо», названное «Груды проблем», пишет: *«У нас в стране коррупция, — строго*

говорит Медведев, — мы должны ее полностью ликвидировать к две тысячи кувьрнадцатому году». «Мда, мда, мда», — согласно кивают озабоченные клеветы» (Март 2010). В своем материале Бахтин создал выдуманный диалог Дмитрия Медведева с чиновниками правительства и назвал их «клеветами». Клевет – это «приспешник, приверженец, не брезгающий ничем, чтобы угодить своему покровителю» [Современная энциклопедия 2000]. Бахтин иронизирует над инициативой президента, всячески создавая образ бесполезности его деятельности и с помощью приема навешивания ярлыков создал чиновникам правительства образы пешек, которые бездумно потакают «прихотям» своего «короля».

4. Введение в отрицательный ассоциативный ряд. «Сущность данного приема речевого воздействия заключается в том, что объект X упоминается в контексте отрицательного оцениваемого действия или события» (Баранов 2007: 179). В номере за декабрь 2009 года в письме главного редактора «Любовь зла» Филипп Бахтин жестко раскритиковал заместителя руководителя фракции «Единая Россия» - Любовь Слиску. Он утверждает, что она считает выстрел в затылок – гуманным делом, благодаря которому преступности было бы меньше. Где было высказано данное мнение, читатель знать не может из-за отсутствия ссылок, зато Филипп Бахтин отлично создал негативный образ данного персонажа. Свою статью он заканчивает следующими словами: *«Была такая серия «Симпсонов», в которой Гомер Симпсон шел по пути эволюции, превращаясь из инфузории в земноводное, потом в динозавра, в млекопитающее и так далее. Так вот в тот момент, когда он дошел до стадии прямоходящей обезьяны, ему навстречу прошел бармен Мо, который шел по эволюционному пути в обратную сторону. Не хочу сказать, что из всех людей в мире только бармен Мо и депутат Слиска движутся в этом направлении (это было бы нечестно по отношению ко многим другим членам Государственной думы). Но то, что в этом убогом марафоне Любовь Константиновна*

бежит в желтой майке лидера, — это факт» (Декабрь 2009). Автор текста поставил в один ряд бармена Мо, Любовь Слиску и членов Госдумы, которые, как и Мо, деградируют. Такое предвзятое отношение к Слиске внушается читателю журнала.

5. Использование выразительных средств языка в манипулятивных целях. Стилистические приемы в медиатекстах обладают достаточно мощным речевым воздействием. Благодаря их использованию в тексте создается образность и выразительность. Средства выразительности языка оказывают воздействие потому, что позволяют выстроить широкое ассоциативное поле и представить те или иные события и явления более ярко. К таким средствам выразительности относятся эпитеты, метафоры, сравнения, риторические вопросы, ирония и другие.

Создать образ безответственного политика «Esquire» пытается почти в каждом номере. Так, например, своим комментарием журналист исказил смысл слов, сказанных Рамзаном Кадыровым: *«Самый блестящий пример ответственного поведения. «Хороший мусульманин всегда думает о завтрашнем дне. Он может украсть машину, но он знает, что ему придется отвечать за это перед всевышним» Рамзан Кадыров, глава Чеченской Республики, 25 октября 2010 года.»* (Январь 2011). В данном примере акцент падает на то, что за кражу машины *«придется отвечать перед всевышним»*, но разве Рамзан Кадыров не должен был сказать об уголовной ответственности? Однако из-за ироничного комментария перед цитатой, читатель, скорее всего, поймет смысл слов неправильно и с негативной окраской, хотя глава Чеченской Республики подразумевал особое отношение к их религии и внутреннее психологическое наказание *«перед всевышним»*, помимо уголовного наказания.

6. Использование неавторизованной информации. Неавторизованная информация – это та информация, источники которой мы не в силах

проверить. Манипулятивный текст с неавторизованными ссылками не позволяет читателю мыслить критически и создает иллюзию достоверности, и, в случае если сообщение окажется ложным, журналист не понесет никакой ответственности. Источником выступает будто бы осведомленное лицо, но имя его не называется: *«по данным...», «по информации...», «большинство», «некоторые», «высокопоставленный чиновник»* и другие.

Статья «До гробовой тоски» писателя Сергея Болмата *«предсказывает новую информационную катастрофу – превращение России в обыкновенное скучное современное государство, национальная самобытность которого будет существовать только как аттракцион в телевизионном эфире»*. Данный материал размещен в рубрике «Эссе», в которой авторы текстов «своим языком» рассказывают читателю, что происходит в стране или в мире. Чаще всего для достижения формирования «нужного» манипулятору мнения читателя, авторы **используют неавторизованную информацию**, ссылаясь на неких авторитетных персонажей. Так, например, в упомянутом материале Сергей Болмат рассуждает на тему качества информирования населения в нашей стране и сравнивает работу СМИ с «обезьянником»: *«...когда я встречаю сообщения о России в средствах массовой информации, то и дело приходится снова и снова наткаться на этот обезьянник...»*, - говорит он. Журналистов он называет *«бессмертными героями Зоценко»*, который писал о заурядных личностях, которые миру полезного так ничего не сделали. *«Как говорил один журналист, «кто мне будет платить за то, чтобы я имел свое собственное мнение?»* (Март 2008). Ссылки на того, кто так говорил, нет, однако обобщенное субъективное мнение о продажности журналистов переносится на всех работников этой профессии.

7. Манипуляция цифрами. Чтобы читатель поверил в предлагаемую автором реальность и представил масштабность той или иной ситуации, достаточно включить в текст цифру и доверие к материалу сразу меняется. Опора на количественные данные, использование псевдостатистики – это

также один из распространенных приемов манипулирования, особенно в политической коммуникации.

Так, например, приведенная статистика о проценте *«полицейских, которые сочувствуют участникам митингов против фальсификаций на выборах - 87»* (Январь 2012) подразумевает большое число людей. Однако в предложении не указано, среди кого был проведен опрос и сколько человек участвовало в нем, что играет очень важную роль. При отсутствии критического мышления читатель из-за недосказанности и утаивания всех деталей перенесет данную информацию на всех полицейских, что будет ошибочно. В действительности (после дополнительного поиска информации в интернете по данной статистике) можно убедиться, что в опросе принимало участие всего 250 человек и голосование проходило на сайте профсоюза сотрудников полиции Москвы.

В **Заключении** подводятся основные итоги анализа приемов манипуляции в журнале «Esquire». Манипуляция является мощным инструментом языкового воздействия на читателя. Основные признаки манипулирования – это скрытый характер влияния, стремление навязать адресату свою точку зрения и при помощи искусного владения словом воздействовать на подсознание, создавая навязанную картину мира, иллюзию самостоятельности принятия решений.

Целевая аудитория «Esquire» – это состоятельные люди, которые занимают влиятельное положение в обществе. Опасность манипулятивного воздействия на данную аудиторию заключается в том, что, повлияв на их умы, можно «руководить» ими так, как пожелает манипулятор.