

МАНИПУЛЯЦИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ СОЗНАНИЕМ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ (НА ПРИМЕРЕ ОСВЕЩЕНИЯ КАТАСТРОФЫ БОИНГА-777 В ИЮЛЕ 2014 Г.)

© 2015 О.А.Максимчик

Поволжская государственная социально-гуманитарная академия

Статья поступила в редакцию 14.11.2014

Статья посвящена актуальному вопросу – проблеме воздействия средств массовой информации на общественное сознание. В первой статье цикла намечены перспективы исследования находящихся в арсенале журналистов языковых средств манипулирования, направленных на формирование определенного мнения об освещаемом событии – катастрофе Боинга 777 Малазийских авиалиний в июле 2014 г., которые будут подвергнуты тщательному анализу в последующих статьях.

Ключевые слова: СМИ, манипулирование, общественное мнение/сознание, манипуляция общественным/массовым сознанием, языковые средства манипулирования, катастрофа Боинга 777.

Проблема воздействия на сознание и манипулирования сознанием, как отдельной личности, так и целого общества находится в фокусе внимания лингвистов и психологов, а в последнее время политологов и политтехнологов, социологов и имиджмейкеров, политических деятелей и журналистов, специалистов в области маркетинга, рекламы, пиара и т.п. Поскольку манипуляционное воздействие в подавляющем большинстве случаев осуществляется посредством языка, а языковое манипулирование представляет собой наиболее эффективный вид скрытого воздействия на социум, лингвистике отведена ключевая роль в исследовании и описании механизмов этого явления, что подтверждается бурным развитием целого ряда междисциплинарных направлений (психолингвистика, социолингвистика, социопсихология, социокоммуникация и др.), и таких разделов современной лингвистики, как медиалингвистика, лингвопрагматика, лингвостилистика, дискурс-анализ и др.

В современном информационном обществе повсеместное распространение телевидения, радио, Интернета приводит к тому, что языковой материал, который реципиент получает посредством СМИ, доминирует над всеми другими, а значит, неизбежно активизируется внимание лингвистов к масс-медиа как основным средствам информационного воздействия на общество и к роли языка СМИ в формировании массового сознания и общественного мнения. В

период кризисов и резких перемен, в сложной политической обстановке повышается целенаправленное использование СМИ как инструмента воздействия на массовое сознание и возрастает роль языка как ресурса для манипулирования им. В условиях интенсивных межгосударственных и межнациональных контактов, с одной стороны, и медийной глобализации, с другой, – все более очевидными становятся случаи злоупотребления свободой слова и случаи искажения действительности в массмедийных текстах в интересах властных структур.

Актуальность проведенного исследования обусловлена как возросшим масштабом языкового воздействия на общественное сознание и манипулирования массовой аудиторией, с одной стороны, так и недостаточной изученностью манипулятивных возможностей языка СМИ, с другой. В частности, требуют более тщательного освещения в лингвистическом плане манипулятивные технологии, техники дезинформации и обмана, принципы ведения и средства информационной войны, а также способы выявления манипулирования в текстах СМИ, знание которых необходимо для выбора способов психологической защиты от манипулятивного воздействия, развития информационной грамотности, повышения уровня компетентности и критичности восприятия поступающей информации, формирования научного образа мышления. Следовательно, работы в данной области могут представлять интерес не только для специалистов, но и для тех индивидов, чьим сознанием манипулируют, а это, в конечном счете, миллионы зрителей ТВ и пользователей Интернета.

^о Максимчик Оксана Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии и межкультурной коммуникации.
E-mail: maxana75@mail.ru

Мы собираемся рассмотреть случаи манипуляции сознанием в СМИ на примере информационного освещения катастрофы рейса МН 17 Малайзийских авиалиний, потерпевшего крушение 17 июля 2014 г. над Украиной. Материалом исследования послужили англоязычные тексты электронных статей, опубликованные в период с 17.07.14 по 31.07.14 г. авторитетной британской газетой *the Guardian*¹ и российской международной многоязычной информационной телекомпанией *RT* (ранее – *Russia Today*)². В ходе работы было проанализировано свыше 70 статей информационных блоков. Двухнедельный период с 17.07 по 31.07.2014 выбран как период наиболее интенсивного освещения события и активного выдвигания версий о причинах катастрофы. Не является случайным и выбор статей для анализа. Как известно, после падения Боинга-777 практически сразу было выдвинуто две версии произошедшего: украинская сторона и некоторые западные страны обвинили в крушении самолета ополченцев Донбасса и косвенно Россию, их поддерживающую; которые, в свою очередь, предположили, что виновны украинские военные. Для задач исследования представлялось необходимым сравнить варианты освещения одного и того же события в изданиях, отстаивающих полярные точки зрения. Следует также отметить, что на момент написания статьи международная комиссия, занимающаяся расследованием авиакатастрофы, еще не опубликовала окончательный отчет о причинах падения лайнера и виновных в трагедии. И поскольку за отправную точку, некий эталон объективности при освещении важных геополитических событий обычно принимают официальные международные и государственные документы и резолюции, мы попытались исходить из принципа непредвзятости, объективности и презумпции невиновности, насколько это было возможно.

Хорошо известно, что взаимодействие языка и общества носит взаимонаправленный характер: общество воздействует на язык, а язык, в свою очередь, воздействует на общество; при этом язык реагирует на изменения в обществе более чутко и оперативно, чем другие области

культуры. Манипуляция сознанием осуществляется в современном информационном обществе прежде всего через средства массовой информации вербальными и невербальными способами. Под *манипуляцией общественным (или массовым) сознанием* понимают психологическое воздействие и подавление воли граждан, осуществляемое скрытно и ставящее своей задачей программирование их поведения, изменение мнений в нужном манипулятору направлении³. Под *языковым (речевым) манипулированием* обычно понимают скрытое информационно-психологическое воздействие на реципиента (группу индивидов), осуществляемое посредством языковых средств, совершаемое в интересах воздействующей стороны и нацеленное на побуждение человека (общества) к определенным действиям⁴. Исследователи отмечают, что манипуляционный язык СМИ представляет собой четкую структурированную систему коммуникации, с необходимым инвентарем на всех уровнях языка: от морфемы до структурно-композиционной организации текста⁵.

Массмедийный текст обладает рядом лингво-стилистических особенностей: с одной стороны, высокой степенью стандартизации используемых средств (систематически воспроизводимые устойчивые обороты и клишированные выражения, журналистские штампы, «застывшие» / лексикализованные метафоры, стандартные термины и т.п.); с другой, – экспрессивностью языка как способом привлече-

³ О манипуляции сознанием см., н-р, *Кара-Мурза, С.Г.* Манипуляция сознанием: учеб. пособ. / С.Г.Кара-Мурза. – М.: Алгоритм, 2004. – 528 с.; *Зелинский, С.А.* Манипуляции массами и психоанализ. Манипулирование массовыми психическими процессами посредством психоаналитических методик / С.А.Зелинский. – СПб: Скифия, 2008. – 248 с.; *Мансурова, А.И.* Манипуляция общественным сознанием посредством СМИ (на примере концептосферы «защита»): автореф. дис. ... канд. филол. наук / Мансурова Айгуль Ильгизовна. – Уфа, 2009. – 24 с.; *Любимова, А.А.* Языковые аспекты воздействия на общественное сознание: на сопоставительном материале средств массовой информации конца XX – начала XXI вв.: дис. ... канд. филол. наук / Любимова Анна Александровна. – М., 2006. – 240 с.; Манипуляция массовым сознанием [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>

⁴ *Любимова, А.А.* Языковое манипулирование в СМИ как способ разрушения языковой картины мира и традиционной системы ценностей / А.А.Любимова // Современные вопросы общественно-речевой практики / сост. А.А.Любимова. – М.: Макс Пресс, 2005. – 120 с. – С. 33.

⁵ *Любимова, А.А.* Языковое манипулирование в СМИ как способ разрушения языковой картины.... – С. 39.

¹ The latest news and comment on the shooting down of Malaysia Airlines flight МН17 from Amsterdam to Kuala Lumpur on 17 July 2014 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.theguardian.com/news/malaysia-airlines-flight-mh17>

² Malaysia Airlines МН17 plane crash in Ukraine [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://rt.com/search/everywhere/term/Malaysia+Airlines+MН17+plane+crash+in+Ukraine/>

ния внимания читателя, выражения отношения к передаваемой информации, расстановки оценочных акцентов (наличие оценочных эпитетов и прямых обращений к читателю и т.п.)⁶. Массмедийные тексты отличает широкое использование образной фразеологии и идиоматической лексики, в т.ч. трансформированных фразеологизмов, игры слов, каламбуров; насыщенность разнообразными реалиями, аллюзиями и цитатами, обыгрывание пословиц и поговорок; широкий арсенал таких стилистических средств и фигур речи, как эпитеты, образные сравнения и развернутые метафоры, метонимия, гиперболы, литоты, эвфемизмы и иносказания и т.п.; комплекс таких приемов выразительности, как повторы, параллелизм, градация, ритмизация повествования, риторические восклицания и вопросы, способствующие усилению экспрессивности текста и его «художественности»⁷. В последнее время исследователи также отмечают обилие неологизмов, новообразований в виде сокращений, вторжение в стандартные газетные тексты профессионального сленга и языка улицы, то есть присутствие разговорной, просторечной, сленговой и даже ненормативной лексики. Следовательно, можно согласиться с мнением о чрезмерной шаблонизации медийного стиля, и в то же время его демократизация (опрошении), радикальной либерализации и «персонификации», т.е. усилении личностно-субъективного начала⁸.

Тщательный анализ текстов статей, освещающих авиакатастрофу Боинга 777 сторонами, представляющими две полярные точки зрения на произошедшую трагедию, позволяет заметить, что они кардинально отличаются в своей интерпретации события, т.е. в том образе события, которое журналисты пытаются навязать массовой аудитории, и в распоряжении манипуляторов, желающих сформировать определенное общественное мнение, находится широкий арсенал языковых средств.

6 Микоян, А.С. Проблемы перевода текстов СМИ [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http:// evartist.narod.ru/text12/12.htm](http://evartist.narod.ru/text12/12.htm)

7 Никулина, Н.Ю. Специфические особенности перевода англоязычных газетно-публицистических текстов / Н.Ю.Никулина, Т.А.Зиновьева // Молодой ученый. – 2013. – №1. – С. 232 – 234.

8 Об особенностях публицистического стиля англоязычной прессы см., н-р, Смотров, И.В. Функционирование публицистического текста в современной англоязычной прессе: на материале качественных газет Англии и США 1990-х – 2000-х гг.: дис. ... канд. филол. наук / Смотров Ирина Владимировна. – Воронеж, 2005. – 175 с.

Материал исследования позволяет обнаружить большое количество эффективных приемов манипуляции на лексико-семантическом уровне и продемонстрировать, как находящиеся в распоряжении журналиста лексические средства манипуляции – генерализация значения (замена нежелательных номинаций родовыми наименованиями (гиперонимами)) и поляризации значений (использование вместо негативного обозначения денотата прямо противоположного по смыслу обозначения); подбор лексической сочетаемости слова (коллокация) и лексико-семантическая вариативность (синонимия); создание эмоционально-нагруженного контекста и придание заданной коннотации нейтральной номинации; подбор стилистически маркированных единиц и использование экспрессивного идеолексикона и т.д. – позволяют расставить необходимые смысловые акценты, которые могут способствовать созданию необходимой реакции со стороны реципиента.

Желаемое впечатление может быть успешно достигнуто с помощью стилистических средств и фигур речи и риторических приемов. Огромными манипулятивными возможностями обладают метафоризация значения и образные сравнения; намеренное преувеличение или преуменьшение свойств (гипербола и мейозис); использование дейктиков и оппозиции «мы – враги»; всевозможные перифразы и намеки; ирония и аллюзия; риторические вопросы и апелляция к читателю и т.д.

Среди грамматических и синтаксических способов манипулирования реципиентом можно выделить использование категории модальности, разнообразные трансформации словосочетаний (например, столкновение противоречащих компонентов – оксюморон), эллипсис (в том числе с преобладанием пассивных структур над активными, опущение/неопределенность агенса) и т.д. Если анализу подвергнуть структурно-композиционное строение манипулятивного дискурса и прагматическую организацию текста, то необходимо учитывать длину предложений и принцип дробления абзацев и их расположения в тексте статьи; порядок предъявления и удельный вес информации; лингвостилистические особенности заголовков и подзаголовков и их роли в навязывании определенной картины описываемого события; а также тактические приемы, находящиеся в арсенале манипулятора.

В данной статье мы лишь наметили перспективы описания способов языкового манипулирования массовым сознанием, которые попали

в поле зрения нашего внимания при анализе фактического материала. В последующих статьях тщательному анализу будут подвергнуты находящиеся в распоряжении манипулятора лексико-семантические средства, стилистические и

риторические приемы и фигуры речи, грамматические и синтаксические способы манипулирования, а также особенности структурно-композиционного строения манипулятивного дискурса.

MANIPULATION OF PUBLIC OPINION IN MASS MEDIA (BASED ON NEWS COVERAGE OF MH 17 AIR CRASH IN JULY 2014)

© 2015 O.A.Maximtchik^o

Samara State Academy of Social Sciences and Humanities

The article focuses on a vital problem – the present day's mass media influence on forming and shaping public opinion. It outlines linguistic means of manipulating public opinion, efficiently used by reporters and journalists while covering the tragedy of MH 17 in July, 2014, which will be analysed in the following articles.

Key words: mass media, manipulation, public opinion, manipulation of public opinion, linguistic means of manipulation, MH 17 crash.

^o Oxana Alexandrovna Maximtchik, Candidate of philology, Associate professor of Department of English philology and cross-cultural communication. E-mail: maxana75@mail.ru