

DOI: 10.17805/trudy.2023.2.6

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

ВЕРБАЛЬНЫЕ МАНИПУЛЯЦИИ В ТЕКСТАХ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ

*А.А. Каляева**Московский гуманитарный университет*

Аннотация: В статье рассмотрены основные приемы скрытых внушений и манипуляций массовым сознанием, которые используются в СМИ, политике, рекламе.

Ключевые слова: СМИ; внушения; манипуляции; НЛП; влияние

VERBAL MANIPULATION IN POPULAR CULTURE TEXTS

*A.A. Kalyaeva**Moscow University for the Humanities*

Abstract: The article discusses the main techniques of hidden suggestions and manipulations of mass consciousness, which are used in the media, politics, advertising.

Keywords: mass media; suggestions; manipulation; NLP; influence

В настоящее время все большее влияние и распространение приобретает прием скрытых манипуляций массовым сознанием. Наука вышла на высокий уровень в изучении прямых способов воздействия на сознание. Теперь большую актуальность приобретает изучение скрытого воздействия на общество, манипуляции сознанием.

Разберемся с терминами и понятиями. Что такое манипуляция? В настоящее время нет единого мнения по поводу термина «манипуляция». Этот термин используется в разных значениях и в разных областях науки. К манипуляциям в области медицины относят осмотр, освидетельствование пациента, процедуры медицинского характера. Также под манипуляцией понимают любые ловкие действия, выполненные руками (Щербатых, 2001: 544).

Общепризнанным критерием манипуляций в научном мире являются управление, скрытность, контроль, влияние, использование человека в своих целях, игра на слабостях, получение выгоды, программирование мыслей. Манипуляция – это не обман, а перенаправление внимания и желаний внушаемого. «Кто-то спрашивает у нас дорогу на Минск, а мы его направляем ложно на Пинск – это лишь обман. Манипуляция будет иметь место в том случае, если тот, другой, собирался идти в Минск, а мы сделали так, чтобы он захотел пойти, в Пинск» (Рудинов, 1978: 88).

Этот же пример перенаправления желаний может использоваться и в политической сфере. «Манипуляция будет иметь место тогда, когда избиратель хотел голосовать за кандидата N, но, подвергнувшись воздействию извне, проголосовал за кандидата M».

вал за кандидата М. Или избиратель вообще не хотел идти на выборы, но в последний момент передумал и пришел на избирательный участок. Или у человека вообще не было желания принимать участия в акции протеста, но он, может быть неожиданно для себя, оказался среди протестующих. Или он не хотел ввязываться в политическую дискуссию, но его умело спровоцировали на высказывание своих суждений» (Римский, 2001: 6).

Одним из важных аспектов удачной манипуляции является факт ее незаметности для человека или общества, на кого направлена манипуляция. В. Римский также в своих работах уделяет большое внимание незаметности действий для объекта. Он пишет: «Манипуляция в политике – это всегда действия, которые полностью или частично скрыты от граждан и направлены на формирование у них не полностью осознаваемых, а иногда и вообще неосознаваемых политических мотивов, потребностей, стереотипов, установок» (Там же). Еще важнее незаметность манипуляций в политике: «Манипуляция в политике – это всегда действия, которые полностью или частично скрыты от граждан и направлены на формирование у них не полностью осознаваемых, а иногда и вообще неосознаваемых политических мотивов, потребностей, стереотипов, установок» (Бехтерев, 2001: 9). В то же время Бехтерев говорил о манипуляции следующее: «Под внушением следует понимать непосредственное прививание путем слова и жестов к психической сфере данного лица идей, чувств, эмоций и других психофизических состояний, помимо его активного внимания, т.е. в обход его критикующей личности» (Там же).

В.М. Бехтерев также подчеркивает, что необходимо воздействовать не столько на сознание, сколько на психику и эмоции личности или общества. «Под внушением следует понимать непосредственное прививание путем слова и жестов к психической сфере данного лица идей, чувств, эмоций и других психофизических состояний, помимо его активного внимания, то есть в обход его критикующей личности» (Там же).

«Внушение, в отличие от убеждения, проникает в психическую сферу помимо личного сознания, входя без особой переработки непосредственно в сферу общего сознания и укрепляясь здесь, как всякий предмет пассивного восприятия» (Там же).

Управление сознанием происходит не только на индивидуальном уровне сознания, но также и на групповом, и массовом уровнях. Чаще всего вербальные манипуляции являются инструментом СМИ. Их влияние на общество является одним из самых значимых. СМИ выполняет не только информативную функцию, но и образовательную, контролирующую. Именно СМИ диктует новые направления, общее настроение и тренды общества, создает массовое отношение к чему-либо (Баранов, 1990: 47).

Таким образом СМИ использует в своем арсенале многочисленные приемы манипуляций и комбинирует их между собой. При управлении сознанием используются не только вербальные манипуляции, а также визуальные, акусти-

ческие (Жинкин, 1998: 368). При новостной ленте используется видеоряд, усиливающий текст. В таком случае, чем сильнее воздействие видеоряда, тем более главенствующую позицию занимает визуальное внушение, чем вербальное. И наоборот. Данные виды манипуляций могут использоваться отдельно, а могут дополнять друг друга (Леонтьев, 1999: 365).

Манипуляции создают определенное настроение в обществе, добавляют ассоциации, идеи и формируют определенное отношение к событиям или продуктам (Ножин, 1973: 352). Огромную роль манипуляции играют не только в СМИ, но и в политике. Для достижения быстрых и устойчивых результатов используются не разрозненные внушения, а ряд последовательностей и методов, направленных на сознание общества.

В последние годы сила убеждающего воздействия на ценности, установки на определенную идеологию многократно выросла (Выготский, 1982: 217).

Грамотная манипуляция вносит изменения в сознание незаметным образом для внушаемого – это скрытая манипуляция. При благоприятном результате внедрения убеждений, внушаемый будет считать новые внедренные мысли, желания, идеи из СМИ своими собственными.

1. Наиболее часто используется такой вид манипуляций, как субъективное отношение или интерпретация чего-либо. Предопределенное отношение, мнение. Таким образом возникает искажение действительности, дезинформация, создание определенного настроения или отношения. Формирование общественного мнения с помощью оценочных суждений и эмоциональных характеристик. Бережливый – транжира, активный – неуравновешенный, лидер продаж, бренд – дорогой продукт (Баскова, 2006: 162). Также частым приемом вербальных манипуляций массовым сознанием является дисфемизм (противоположность эвфемизму) Эвфемизм – замена грубых слов нейтральными. (инвалид – человек с ограниченными возможностями). Дисфемизм – замена нейтральных слов грубыми (не лицо, а морда, не алкоголизм, а пьянство).

2. Менее часто в речевых оборотах, но более часто в текстах встречается прием повторения определенного слова, которое несет яркую эмоциональную нагрузку или формирует определенное отношение. Такой прием чаще всего сочетается с приемом оценочных суждений. Эффективность приема повторения отмечали многие ученые в своих работах. «Повторение придает утверждениям вес дополнительного убеждения и превращает их в навязчивые идеи. С помощью повторения мысль отделяется от своего автора. Она превращается в очевидность, не зависящую от времени, места, личности. Она становится выражением предмета, о котором говорят» (Кара-Мурза, 2010: 249). Часто дисфемизм сочетается с многократным повторением или оценками, чтобы усилить внушение или сформировать определенное эмоциональное отношение к предмету (Ланге, 2015).

3. Использование номинализаций – субъективных слов, которые каждый индивид трактует по-своему (счастье, безопасность, любовь, грех, успех). На-

пример, «Если будете делать такие действия, то будете успешным/счастливым», «Думать о таких вещах – грех»). Исследователь Г. Лебон обозначил, что «часто слова, имеющие самый неопределенный смысл, оказывают самое большое влияние на толпу. Таковы, например, термины: демократия, социализм, равенство, свобода и т. д. <...> В них, несомненно, заключается магическая сила, как будто на самом деле в них скрыто разрешение всех проблем. Они образуют синтез всех бессознательных разнообразных стремлений и надежд на их реализацию» (Лебон, 1998: 147).

4. Также метафоры, вербальные штаммы, поговорки обладают большим влиянием на сознание общества. Чаще всего используются метафоры противопоставлений «добро- зло», «мы- они». Что также позволяет внедрить в коллективное сознание определенные идеи и эмоции. Короткие известные фразы априори воспринимаются, как истина и глубоко проникают в подсознание. Пример: «битый не битого везет», «гусь свинье не товарищ», «один за всех и все за одного» (Гримак, Кордобский, 2001: 147).

5. Вербальные манипуляции часто включают в себя прием интонационных акцентов на определенных словах, которые остаются в сознании у зрителей или слушателей. Акцентные слова могут составлять новые предложения, от тех, которые транслируются для сознания (Белянин, 1988: 120). Именно такие акцентные слова позже сформируют в подсознании общества определенную новую идею или сформируют определенное отношение (Тропинина, 1989: 96).

Все эти внушения могут употребляться отдельно или дополнять друг друга, могут использоваться один раз, а могут повторяться на протяжении большого количества времени (Голуб, 1976: 208). Кроме внушений, направленных на внедрение определенных идей, мыслей, желаний или действий, могут использоваться внушения, направленные на ввод в определенные состояния (транс, покой, удовольствие, страх). А после введения человека (или массы людей) в нужное состояние, внушения действий, отношения или идей проходят быстрее и более эффективно (Доценко, 1997: 344).

Перечисленные виды манипуляций встречаются в рекламе, новостях, в развлекательных или политических передачах. Манипуляции используются в текстах, в аудио, в видео, в монологах, диалогах. Внушения направлены как на индивида, так и на общество в целом (Доценко, 1993: 136). С помощью манипуляций возможно формировать у общества определенное отношение к какому-либо событию, мероприятию, продукту (Быстров, 2013: 94). Подвести к нужным выводам, внедрить некоторые идеи, внедрить определенную эмоцию.

Манипулирование сознанием изучается и применяется во многих науках: философия (софисты), психология, социология, медицина (понятие плацебо), политология и многие другие. Производится изучение влияния СМИ на коллективное бессознательное и общественное сознание. Проводятся опросы, на основании которых формируются внушения для формирования новых потребностей

или для влияния в целом на социум и его настроения. Современному человеку необходимо научиться распознавать скрытые манипуляции в текстах массовой культуры и уметь им противостоять.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Баранов А.Н. (1990) Аргументация, как языковой и когнитивный феномен // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. М.: Наука.

Баскова Ю.С. (2006) Эвфемизмы как средство манипулирования в языке СМИ на материале русского и английского языков. Краснодар.

Белянин В.П. (1988) Психолингвистические аспекты художественного текста. М.: МГУ.

Бехтерев В.М. (2001) Внушение и его роль в общественной жизни – СПб: Питер.

Быстров С.Г. (2013) Применение политических манипулятивных технологий в современной политике: правда и вымысел фильма «плутовство» // Вестник МГОУ (История и политические науки) №4. С. 94–95.

Выготский Л.С. (1982) Мышление и речь // Собрание сочинений: В 6-ти т. Т. 2. Проблемы общей психологии. М.: Педагогика, С. 5–361.

Голуб И.Б. (1976) Стилистика современного русского языка. Лексика. Фоника. М.: Высшая школа.

Гримак Л.П., Кордобский О.С. (2001) Техники психической саморегуляции // Человек. № 5. С.6–141.

Доценко Е.Л. (1993) Манипуляция: психологическое определение понятия // Психологический журнал. № 4. С. 132-138.

Доценко Е.Л. (1997) Психология манипуляции: феномены, механизмы, защита. М.: ЧеРо.

Жинкин Н.И. (1998) Язык речь – творчество //Избранные труды, М.: Лабиринт.

Кара-Мурза С.Г. (2010) Манипуляция сознанием. М.: Эксмо; Алгоритм.

Ланге О.В. (2015) Современные манипулятивные технологии: вопросы теории и методологии: автореф. дис. ... канд. полит. наук. СПб.

Леонтьев А.А. (1999) Психология общения. 3-е изд., – М.: Смысл.

Ножин Е.А. (1973) Основы современного ораторского искусства. М.: Знание.

Римский В.Л. (2001) Под покровом лжи. О манипуляциях общественным мнением // Независимый институт выборов.

Тропинина Н.И. (1989) Глагол как средство речевого воздействия: в публицистике на международные темы, М.: МГУ.

Щербатых Ю.В. (2001) Искусство обмана. Популярная энциклопедия. М.: ЭКСМО-Пресс.

Каляева Арина Александровна – аспирант кафедры философии, социологии и культурологии Московского гуманитарного университета по научной специальности 5.10.1. «Теория и история культуры, искусства»; старший преподаватель кафедры искусства Московского гуманитарного университета. Кожаринова А.Р.,

кандидат философских наук, доцент кафедры философии, социологии и культурологии Московского гуманитарного университета. Адрес: 111395, Россия, г. Москва, ул. Юности, д. 5. Эл. адрес: agnessa-90@mail.ru

Kalyaeva Arina Aleksandrovna, postgraduate student of the Department of Philosophy, Sociology and Cultural Studies of the Moscow Humanitarian University in the scientific specialty 5.10.1. «Theory and History of Culture, Art»; senior lecturer of the Department of Art of the Moscow Humanitarian University. Kozharinova A.R., Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the Department of Philosophy, Sociology and Cultural Studies of the Moscow Humanitarian University. Address: 5 Yunosti str., Moscow, 111395, Russia. Email: agnessa-90@mail.ru

Для цитирования:

Каляева А.А. Вербальные манипуляции в текстах массовой культуры. 2023. № 2. С. 49–54.
DOI: <https://www.doi.org/10.17805/trudy.2023.2.6>