

**Мишланов Валерий Александрович**  
профессор кафедры теоретического и прикладного языкознания  
Пермский государственный национальный  
исследовательский университет  
vmishlanov@yandex.ru

## **ЕЩЕ РАЗ О МАНИПУЛЯТИВНОЙ И ПЕРСУАЗИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ («либеральные» СМИ в современном политическом дискурсе)**

В статье обсуждается проблема разграничения манипулятивной и персуазивной коммуникации. Утверждается, что многие из линий речевого поведения, используемые в массовой коммуникации (в «сопоставительных» дискурсах), кроме т.н. стратегии дискредитации, реализуются в обоих означенных видах убеждающей коммуникации и для их различения требуется учитывать интенциональные критерии (ценностную ориентацию говорящего). Описываются некоторые манипулятивные приемы речевого поведения, характерные для современного политического дискурса.

**Ключевые слова:** манипулятивная коммуникация, персуазивная коммуникация, речевые стратегии и тактики, политический дискурс.

Считается, что манипуляция – понятие психологическое [Доценко 1996], однако в еще большей мере оно относится к лингвистическим (речеведческим) феноменам, поскольку реализуется почти исключительно как речевая деятельность, даже если манипулятор использует для воздействия на свою «жертву» прием «молчания» (которое в определенных ситуациях является видом речевого общения).

Как известно, для массовой коммуникации характерно соединение в определенном соотношении (в зависимости от речевого жанра) информативной, фатической и воздействующей функций. Названные в заглавии виды коммуникации отличает преобладание функции воздействия (и, как следствие, побуждения к чему-либо). Не вдаваясь в подробное сопоставление этих видов, определим манипулятивное речевое поведение как **убеждающую коммуникацию со знаком «минус»** (маскируемое побуждение к действиям выгодным для манипулятора, но вредным или бесполезным для жертвы манипуляции), а персуазивное – как **убеждающую коммуникацию со знаком «плюс»**, т.е. преследующую обоюдные благие коммуникативные цели.

Оба коммуникативных явления стоит сопоставить с т.н. пропагандой, которая в общественно-политическом дискурсе считается чем-то предосудительным, трактуемым как едва ли не «оболванивание масс», хо-

тя пропаганда как коммуникативный жанр есть лишь «распространение полит., филос., науч., худ. и др. идей в обществе» [Советский энциклопедический словарь 1982: 1065]. Пропагандой может быть и персуазивная, и манипулятивная коммуникация, но необязательно. Так, коммерческая реклама, как правило, не является пропагандой, при этом почти всегда оказывается родом убеждающей коммуникации, причем далеко не во всех случаях она манипулятивна (как полагают некоторые исследователи рекламного дискурса; см., например [Попова 2005], где практически все «коммуникативные тактики» авторов рекламных текстов расцениваются как манипулятивные).

Дело, однако, заключается в том, что медийная сфера является ныне (да и всегда была) пространством пропаганды по природе, ибо нет и не может быть в действительности непропагандистских СМИ. Не только публицист, но и репортер в той или иной мере являются пропагандистами. Задача репортера – выбрать событие, достойное, с точки зрения редакции, стать предметом сообщения, информационным поводом (в сущности, прав тот, кто придумал слоган «Мы делаем новости»); задача публициста – **интерпретировать факт** в соответствии со своей (точнее, редакционной) идеологией (мифологией) и системой ценностей.

При этом интерпретация, не отвечая формально логически условиям истинности, может быть подобием лжи. Вот пример: некто (человек умный и начитанный, и с совестью недремлющей) не так давно после посещения каких-то блогов спрашивает: *Это правда, что Путин вчера [в послании Федеральному собранию] ядерной дубинкой размахивал, всему миру угрожал?*

Даже «простая» фактография в СМИ обычно служит пропагандистским целям. Давайте ответим честно: фактография чьих СМИ – западных (и «либеральных» российских) или российских «патриотических» – более точно, неискаженно отражает действительность, насколько ближе к действительности те представления о России, которые формируют западные СМИ, и наши представления о западном мире, складывающиеся на основе российских масс-медиа?

В какой-то немецкой газете после окончания олимпиады в Рио-де-Жанейро была приведена итоговая медальная таблица, в которой отсутствовало 4 место, занятое российскими спортсменами (на пятом, сразу после занявшей 3-е место Великобританией, располагалась Германия).

Нельзя же считать одинаково правдивыми картины голосования на референдуме в Крыму, рисуемые на Западе и на Украине («под дулами автоматов») и «пророссийскими» СМИ. И это явно не тот случай, когда истина где-то посередине. Не гармонируются в сознании фактография и интерпретации в российских «либеральных» и «патриотических» СМИ, не

согласуются в принципе «информационные картины мира» на Западе и в России. Чему и кому верить, каждый выбирает сам.

Вернемся к понятиям персуазивной и манипулятивной коммуникации в СМИ. Для обозначения речевых действий, к которым предрасположена убеждающая (побуждающая) коммуникация, как правило, используют заимствованные из военной науки термины «стратегия» и «тактика» ([Иссерс 2003, Паршина 2005, Копнина 2010 и др.]). В «сопоставительных» дискурсах выделяются следующие основные линии (стратегии) речевого поведения:

- 1) **дискредитации** (*опорочения, демонизации, дегуманизации, осмеивания* и др.);
- 2) **самопрезентации** (*≈ самовосхваления*);
- 3) **логико-аналитическая** (аргументативная);
- 4) **эмоционально-экспрессивная** (обращение к чувствам).

Лишь первая из названных стратегий не может быть отнесена к персуазивной коммуникации (особенно в соединении с самовосхвалением): используемое для ее обозначения слово даже вне контекста включает в свое содержание отрицательно-оценочные коннотации. Такому поведению в персуазивной коммуникации соответствует аргументированная и выдержанная в духе доброжелательности критика оппонента.

Речевое поведение, названное *самопрезентацией*, не обязательно преследует неblahие цели, однако в действительности оно чаще всего оказывается манипулятивным (популизмом, демонстрацией завышенного оптимизма и завышенной самооценки в изложении программ и планов). Сложность в том, что при использовании такой линии говорящий в известном смысле защищен от обвинений в неискренности (поскольку логических процедур для этого не существует), тем более в случаях, когда он соединяет самопрезентацию с аргументативной линией. Искренние заблуждения (самообман) исключать, конечно, нельзя, однако критически мыслящий обыватель и профессионалы из т.н. экспертного сообщества, вполне способны отделить зерна от плевел.

*Логико-аналитическая* линия коммуникативного поведения по природе своей не может быть чем-то предосудительным (за исключением одного случая: когда здравые суждения и обоснованные интерпретации используются для создания «доброкачественного контекста», маскирующего манипулятивные речевые приемы – пример см. ниже). Другое дело, что говорящий, преследуя неblahовидные цели, нередко использует «как бы аргументацию» – квазилогические (паралогические, как обозначила их Г.А. Копнина) приемы убеждения.

Что касается четвертой из означенных линий, то сама по себе она, по-видимому, нейтральна, и ее ценностная ориентация (и, соответственно,

отнесение к персуазивной или манипулятивной коммуникации) задается интенциями и нравственной позицией говорящего.

В политической манипулятивной коммуникации обычно выделяют следующие ее виды: **фактографическое манипулирование** – ложь (выдумывание фактов, «лживые новости»), фильтрация фактов (событий), передергивание, подтасовка, утаивание и др.; **интерпретативное** (злонамеренное искажение «картинки события») и **аргументативное манипулирование** (так или иначе маскируемое нарушение логических норм: выводы из недостаточного основания, подмена оснований, необоснованное обобщение, злоупотребление «кванторами существования» и др.); **фокусировочное** (композиционное) **манипулирование** – особая аранжировка компонентов текста (освещение, расположение, акцентуация, многократное повторение), сдвиг коммуникативного фокуса в нужную манипулятору область текста [Тибинько 2011: 135]; **негативно-оценочный пресс** (дискредитация оппонента).

В качестве особой манипулятивной тактики (в некоторых жанрах массовой коммуникации весьма частотной) следует выделить **глушение источника неудобной (дискомфортной) информации** (перебивание оппонента, разного рода «коммуникативный саботаж» [Николаева 1988]: уклонение от ответа, переложение бремени доказательств на другую сторону, отклонение от темы).

Перечисленные виды манипулятивной коммуникации реализуются с использованием разнообразных приемов и ходов. Проанализировав всего три-четыре текста «свободных» и «честных» СМИ (украинского 24-го канала, телеканала «Дождь», публикаций на сайте «Эха Москвы»), я насчитал около 30 различных приемов манипулирования сознанием читателя или зрителя <sup>1</sup>.

Рамки статьи не позволяют проиллюстрировать все манипулятивные приемы убеждения, поэтому приведу лишь наиболее, на мой взгляд, интересные (хоть и не самые частотные), используя для их обозначения обычные» языковые выражения, не претендующие на статус строгого термина.

Примерам **фактографического манипулирования** («лживым новостям») в современном политическом дискурсе, вообще говоря, несть числа. Здесь подчеркну только, что, поскольку распространяющий ложь не может быть уверенным, что обман не раскроется, чаще эта тактика реализуется в виде **умолчания** (в западных СМИ о России либо плохо, либо ничего, об Украине – наоборот).

**Интерпретативное манипулирование** (произвольные и тенденциозные интерпретации, оценки и выводы – с соответствующим подбором номинативных единиц) также можно проиллюстрировать практически любым аналитическим текстом современных СМИ либерального толка.

Весьма популярно использование *двойных стандартов*, когда, например, одно и то же речевое поведение, одни и те же жанры квалифицируются либо как пропаганда, либо как «честная» передача «объективной» информации, *равное распределение ответственности* между агрессором и жертвой (или даже *возложение ответственности* на жертву нападения), *маскировки под аргументацию* (использование софизмов) и др.

Тактика «*как бы аргументации*» нередко проявляется в особом рода софизме, когда *желаемое представляется действительным* с использованием этого «действительного» в качестве неопровержимого аргумента в последующих оценках и интерпретациях. Вот пример из дебатов А. Навального и В. Познера на т/к «Дождь»:

**Навальный** [обращаясь к В. Познеру]: *Мне кажется, вы намеренно всех нас обманываете, особенно наивных людей. Вы говорите: «Эта цензура есть в разных странах». Но извините меня, на крупнейших телеканалах не существует никаких черных списков. Я не могу себе представить такой ситуации (= ‘В «цивилизованных» странах, где СМИ свободны и независимы, по моему убеждению, не может быть цензуры, поэтому я не могу себе представить существование там списков людей, кому запрещено выступать на ТВ. Это значит, что таких списков на Западе нет. Вы не можете не знать этого, значит, вы обманываете наивных телезрителей’)* [https://tvrain.ru/teleshov/debaty/debaty Navalnogo\_i\_Poznera405714/].

Весьма показательна в этом отношении статья «Не беда», в которой рассказывается о неудачном запуске на строящемся космодроме (размещена на сайте радиостанции «Эхо Москвы» в апреле 2016 г.). Начинается она реализацией особого риторического приема (который, впрочем, сам по себе, вне ценностной ориентации, не может быть определен как манипулятивный или персуазивный) – *мнимого отказа от негативно-оценочных речевых действий* («как бы саботаж» ожидаемых от говорящего действий):

*Когда с пресловутого космодрома «Восточный» не удалось с первого раза запустить ракету, я не испытал ни малейшего злорадства... И мне совсем не хочется язвить по поводу того, что вот приехал Путин насладиться триумфом своего показательно проекта, а ему – фигушки. И вовсе нет желания брызгать от восторга гептилом, приговаривая, мол, вот оно – всё разворовали, так получите же – и поделом!* [http://echo.msk.ru/blog/oreh/1755466-echo/].

Объявляя о нежелании осуществить какие-то (обычно предосудительные) речевые действия, говорящий тем самым их и реализует: ‘Имеется повод позлорадствовать; я мог бы злорадствовать, но – как человек благородный, великодушный – не испытываю ни малейшего злорадства’. Оценочный эпитет *пресловутый* (= скандально известный),

имплицитно суждение: ‘Строительство космодрома имеет сомнительную славу, т.е. оценивается в обществе как нечто сомнительное (бесполезное, ненужное и т.п.) или как событие, с которым связано что-либо предосудительное (например, подкуп чиновников)’.

Комментируя (по заданной идеологической схеме) событие отмененного пуска ракеты, автор статьи предлагает свою «картинку события», весьма далекую от действительности. Во фразе *Поэтому во всей этой истории плохо не то, что ракета не полетела, а плохо то, что ее вообще решили запускать, хотя космодром фактически не построен и там работ еще не на один месяц* содержится оценочная интерпретация, противоречащая действительным обстоятельствам.

Во-первых, ракета полетела, потому что она была в порядке, а то, что при запуске сработала автоматика, отреагировавшая на неполадки в каком-то кабеле вне самой ракеты, свидетельствует как раз об обратном – о надежности пускового комплекса. Во-вторых, в официальных сообщениях никто тогда и не утверждал, что космодром уже построен. А тот факт, что один стартовый комплекс уже построен, доказывается состоявшимся через какое-то время пуском. Можно было бы – при ином отношении к политике и действиям власти – с полным правом сказать, что «при запуске безупречно сработала автоматика», но это не входит в систему идеологем и ценностей «Эха Москвы».

Автор, обосновывая свои оценки, пишет: *Смысл не в том, чтобы оттуда в принципе что-то запустить, а чтобы можно было запускать постоянно и по четкому графику*. И снова подтасовки, сокрытие правды. Говорящий полагает, что запускали «в принципе» – *абы что*. Но это его слово, ничем не подкрепленное. Против его слова – официальная информация о выводе на орбиту (после повторного пуска) полезной нагрузки – трех спутников, и у нас нет оснований не верить этой информации.

Кроме того, можно указать и на *софизм*: пробный пуск ракеты (с достроенного стартового комплекса на недостроенном космодроме) никак не является препятствием к тому, чтобы *можно было запускать постоянно и по четкому графику*. И просто абсурдна, нелепа аналогия, что *это как с трамваем или автобусом: никому не нужна пробная поездка, чтобы потом еще два года ходить пешком до работы – нужен работающий маршрут*. График пусков, если уж об этом говорить, был составлен и обнародован (в информационных сообщениях), и обсуждаемый пуск был осуществлен как раз по графику (точнее, с опозданием на сутки). Но не об этом имеет намерение сообщить автор, поэтому он интерпретирует (вполне в духе якобы отвергнутого

злопыхательства) событие так: *Но на космодроме решили устроить шоу. Шоу не получилось.*

Наконец, отметим еще один прием: *маскировку (прикрытие) манипуляций доброкачественным контекстом* с расчетом сделать правдоподобными измышления и подтасовки, «разбавив» их парой разумных суждений. Ср.: *А что касается ракеты, то пуски отменяют регулярно и у нас и в Америке – да везде. Чем сложнее техника, тем выше вероятность, что «что-то пойдет не так» ... Вопрос не в этом. Вопрос в том, чтобы количество аварий не выходило за пределы разумного и не мешало осуществлять задуманное.*

**«Фокусировочное» манипулирование** также весьма распространено в современном политическом дискурсе (и в целом хорошо описано). Обратим здесь внимание лишь на один прием, реализующий эту речевую тактику: *многократный повтор* одного и того же тезиса, оценки, интерпретации, *навязывание* идей и оценок иногда выглядящее как речевая агрессия. А. Навальный в упомянутой уже дискуссии с В. Познером не менее семи раз высказывает суждение *Вы часть системы*. Расчет на то, что многократное повторение мысли сделает ее более убедительной, тем более что не все телезрители распознают здесь софизм (вывод из недостаточного основания): если вы на «государственном» телевидении, значит, вы определяете его идеологию и политику (Навальный: *Никто не стоит с пистолетом у вашего виска, вы сами соглашаетесь участвовать в этой цензурной системе* [Цензура в СМИ: эл. ресурс]).

Тактика **глушения** реализуется обычно перебиванием речи оппонента), причем чем аргументированней и логичней доводы противной стороны, тем громче (порой до истеричности) заглушается источник неудобной информации. По моим наблюдениям, чаще к этому некорректному, противоречащему этике приему прибегают представители либерального крыла пропагандистов (Д. Некрасов, Н. Исаев, Т. Воронина, В. Ковтун, Я. Корейба и др.). Контрвыпады обычно представляют собой вариации на некие излюбленные темы или повторение многожды уже сказанного (*У вас нет союзников в цивилизованном мире; Все против вас/нас, Ваша/наша экономика на уровне Португалии, и никаких шансов достойно противостоять странам НАТО у России нет* и т.п.).

Довольно часто «глушение» реализуется как «коммуникативный саботаж», проявляющийся, например, в игнорировании логически безупречных доводов, в уклонении от ответа на прямой вопрос (посредством встречного вопроса или уходом в совершенно другую предметную область – от «огорода с бузиной к дядьке в Киеве»). Ср.:

Познер: *Я только хочу вам сказать, Алексей Анатольевич, что я сталкивался с этим же* (с недопуском к эфиру идеологических оппонен-

тов) в США, Англии. Навальный: Владимир Владимирович, это лукавство. Вполне резонное в данном контексте сообщения о том факте, что и в США и Англии есть цензура, Навальный расценивает как «лукавство», как бы парируя этот аргумент Познера, а на самом деле просто его игнорируя.

Один польский журналист, реагируя на вопрос о том, насколько правомерно то, что британские власти отказали представителям России участвовать в расследовании нашумевшего «дела Скрипалей», ушел в «хромящую» аналогию: дескать, точно так же поступили и российские власти, отказавшиеся передавать польским властям обломки разбившегося самолета. Участник дискуссии с российской (не «либерально-оппозиционной») стороны обоснованно отверг надуманную аналогию, сказав, что поляки с самого начала участвовали в расследовании катастрофы самолета, были вполне удовлетворены его ходом (но, видимо, не результатом) и подписали все итоговые документы, а возникшие позже домыслы и их обсуждение в польских СМИ преследовали политические цели и ничего общего с объективным расследованием не имели.

Стоит подчеркнуть, что интерпретативное манипулирование, используемое обычно в сочетании с приемом умолчания и распространением откровенной лжи, в публикациях о России весьма эффективно действует на западного обывателя, но практически бесполезно в нашем информационном пространстве (о чем свидетельствует, в частности, очень низкий рейтинг политиков и политологов либерального лагеря).

Являются ли манипулятивными и пропагандистскими «патриотические» («пророссийские») СМИ? Пропагандистскими – да. Что касается используемых в них приемов воздействия, то их квалификация как манипулятивных или персуазивных определяется, как уже было сказано, ценностными ориентирами: стремлением гармонизировать мир, никому не нанося ущерба, или добиться своих целей, вовсе не имея в виду общественного блага.

Впрочем, обоснованный ответ на этот вопрос – задача уже другой статьи.

#### **Примечание**

<sup>1</sup> Эти тексты заимствованы из дипломной работы студентки Пермского университета Т. Меркучевой, выполненной под руководством автора в 2017 г.

#### **Библиографический список**

Доценко Е. Л. Психология манипуляции. Феномены, механизмы и защита. М.: Изд. МГУ, 1996. 344 с.

Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 3-е, стереотипное. М.: Едиториал УРСС, 2003. 288 с.

Копнина Г. А. Речевое манипулирование: учеб. пособие. М.: Флинта, 2010. 176 с.



Николаева Т. М. Лингвистическая демагогия // Прагматика и проблемы интенциональности. М., 1988. С. 154–165.

Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: автореф. дис. ... доктора филол. наук. Саратов, 2005. 48 с.

Попова Е. С. Рекламный текст и проблемы манипуляции: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2005. 27 с.

Советский энциклопедический словарь / гл. редактор А.М. Прохоров. М.: Сов. энциклопедия, 1982. 1600 с.

Тибинько Н. Д. Манипуляция в политическом дискурсе // Вестник Челябинского гос. университета, 2011, № 3 (218). Филология. Искусствоведение. Вып. 50. С. 134 – 137.

Цензура в СМИ. Дебаты Навального и Познера. URL: [https://tvrain.ru/teleshov/debaty/debaty\\_navalnogo\\_i\\_poznera-405714/](https://tvrain.ru/teleshov/debaty/debaty_navalnogo_i_poznera-405714/) (дата обращения: 25.02.2018).

**V.A. Mishlanov**

Professor of Theoretical and Applied Linguistics Department  
Perm State University

### **ONCE AGAIN ABOUT MANIPULATIVE AND PERSUASIVE COMMUNICATION ("liberal" media in modern political discourse)**

The article discusses the problem of distinguishing between manipulative and persuasive communication. It is claimed, that many of the verbal behavior lines used in mass communication (in "adversarial" discourses), except the strategies of discreditation, are realized in both types of persuading communication, and it is necessary to take into account intentional criteria (the speaker's value orientation) for their differentiation. Some manipulative techniques of speech behavior, that are characteristic for the modern political discourse, are described.

**Key words:** manipulative communication, persuasive communication, speech strategies and tactics, political discourse.