



Проблематика классификации приемов речевого воздействия (на основе новостных видеоматериалов англоязычных СМИ)

М. В. Кононова

Орловский государственный университет имени И. С. Тургенева, Орел, Россия
kononova-mari-1996@mail.ru

Аннотация. Статья рассматривает классификации и приемы речевого воздействия. В работе анализируются примеры речевого воздействия в видеосюжетах западных СМИ с целью установления того, насколько полно рассмотренные классификации отражают приемы, необходимые для оказания речевого воздействия на аудиторию. Для достижения данной цели мы использовали методы дискурсивного и контекстуального анализа. В результате было установлено, что для наиболее точной передачи речевого воздействия необходимо скорректировать имеющиеся типологии приемов.

Ключевые слова: речевое воздействие и его классификации, манипулирование, приемы речевого воздействия, средства речевого воздействия, субъект воздействия, объект воздействия

Для цитирования: Кононова М. В. Проблематика классификации приемов речевого воздействия (на основе новостных видеоматериалов англоязычных СМИ) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2024. Вып. 7 (888). С. 67–73.

Original article

The Problem of Typifying Persuasion Techniques (based on English-language media news reports)

Maria V. Kononova

Orel State University named after I. S. Turgenev, Orel, Russia
kononova-mari-1996@mail.ru

Abstract. The article addresses persuasion means and techniques in English-language media news reports to establish how comprehensively the existing typologies present the persuasion techniques to create the intended pragmatic effect. To achieve this goal, we used the methods of discursive and contextual analysis. As a result, it has been noticed that the addressed typologies of persuasion means and techniques require certain alteration in order to be fully capable of conveying a persuasive effect.

Keywords: persuasion and its typologies, manipulation, persuasion techniques, persuasion means, subject of persuasion, object of persuasion

For citation: Kononova, M. V. (2024). The problem of typifying persuasion techniques (based on English-language media news reports). Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 7(888), 67–73. (In Russ.)

ВВЕДЕНИЕ

Любая деятельность характеризуется наличием цели и мотивации. Речевая деятельность не является исключением. В соответствии с поставленной коммуникативной задачей по достижению необходимого эффекта коммуникатор отбирает и применяет приемы и средства, которые считает подходящими для этой задачи [Быкова, 2000, с. 42]. «Язык и представляет собой набор таких средств ... речь служит для передачи информации, но конечной ее целью – в широком смысле – является, чаще всего, регуляция поведения другого человека, управление его деятельностью» [там же]. При отборе приемов речевого воздействия коммуникатор прибегает к приемам, нашедшим отражение в типологиях разных авторов. Разнообразие классификаций предопределило *актуальность* проводимого нами исследования, которая обусловлена различием в выделении существующих приемов речевого воздействия и отсутствием единообразия в их построении.

Цель исследования – охарактеризовать, насколько рассмотренные классификации приемов отражают процесс речевого воздействия наиболее полным образом. Для реализации цели необходимо решить следующие задачи:

- проанализировать понятия «речевое воздействие» и «языковая манипуляция»;
- исследовать понятие «приемы речевого воздействия»;
- рассмотреть классификации приемов и средств речевого воздействия;
- определить, насколько проанализированные приемы и средства способствуют оказанию речевого воздействия на аудиторию.

РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ

И. А. Стернин дает следующее определение понятию «*речевое воздействие*»: «воздействие человека на другого человека или группу лиц при помощи речи и сопровождающих речь невербальных средств для достижения поставленной говорящим цели» [Стернин, 2001, с. 51]. Речевое воздействие часто отождествляют с *языковой манипуляцией* [Диманте, 2015]. Граница между данными понятиями условна и, как следствие, в процессе коммуникации разграничение эффективного речевого воздействия и манипулятивного может сопровождаться трудностями [там же]. Так, И. А. Стернин проводит параллель: «*речевое воздействие* – это воздействие на человека при помощи речи с целью убедить его сознательно принять вашу точку зрения, сознательно принять решение о каком-либо

действии, передаче информации и т. д.» [Стернин, 2001, с. 66]. В то время как «*манипулирование* – это воздействие на человека с целью побудить его сообщить информацию, совершить поступок, изменить свое поведение и т. д. неосознанно или вопреки его собственному мнению...» [там же, с. 67].

Взаимодействие адресанта с целевой аудиторией может осуществляться как непосредственно (в ходе лекций, презентаций и т. д.), так и опосредованным образом (через СМИ) [Диманте, 2015]. Перед адресантом ставится задача сделать текст выступления максимально убедительным. В связи с этим эффективность последующего речевого воздействия зависит, в частности, от использования тех или иных *речевых приемов* [там же].

КЛАССИФИКАЦИИ ПРИЕМОВ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Е. В. Шелестюк в монографии «Речевое воздействие: онтология и методология исследования» придерживается следующей трактовки понятия «приемы речевого воздействия» – «это специфические психологические, речевые и семиотические действия со стороны воздействующего субъекта, единичные либо совокупные, направленные на достижение его целей (то есть на реализацию определенных иллюкативных сил)» [Шелестюк, 2014, с. 66–67]. Принимая во внимание приведенное определение, рассмотрим классификацию приемов речевого воздействия, представленную в вышеуказанной работе. Автор обобщает результаты исследований материалов сборников серии «Речевое общение» и «Речевое воздействие», опубликованных Институтом языкознания АН СССР (изд-во «Наука») в 1976–1990 годах, а также нашедших отражение в исследованиях П. Б. Паршина, В. Н. Панкратова, В. Сергеевой.

Е. В. Шелестюк выделяет следующие *приемы манипулятивного* речевого воздействия:

I. **Дезинформация** – прием речевого воздействия, который «включает как ложные сообщения о реальных объектах и явлениях, так и фабрикации фактов – вымысел объекта или явления» [там же, с. 67].

II. **Уклон** (*'bias, slanting'*) характеризуется подобранными фактами, позволяющими усилить позицию коммуникатора при помощи выборочного освещения события. Реализации подобной предвзятой подачи информации способствуют следующие механизмы [там же, с. 70–73].

1. При применении механизма *полуправды* адресант предоставляет только выгодную для достижения речевого воздействия информацию [там же, с. 70].

2. *Подтасовка фактов* дает «адресанту возможность подвести реципиентов к управляемому выводу» [там же, с. 71].
3. При *пристрастной селекции аргументов* или *односторонней аргументации* демонстрируется позиция лишь одной из сторон с присвоением статуса единственно убедительной [там же, с. 72–73].
4. *Маскировка и дробление информации* [там же].
5. *Изъятие информации* из контекста и ее произвольная трактовка предполагает оперирование данными одного контекстуального пространства в иной трактовке [там же].
6. *Искажение истинных масштабов событий и явлений* [там же].

III. **Апелляция к устоявшимся стереотипам и архетипам.** Обращение к стереотипам и социальным / генетически обусловленным структурным элементам действительности способствует генерации необходимых коммуникатору ассоциативных установок [там же, с. 74].

IV. **Стереотипизация и дестереотипизация.** Первый прием подразумевает типизацию событий, способствуя «формированию и закреплению стереотипов, созданию мифологем и идеологем (идеологических стереотипов)» [там же, с. 75]. Обратным приемом служит дестереотипизация [там же, с. 74].

V. **Размывание и подмена понятий.** Первый прием характеризуется изменением семантического ядра концепта, после чего он может использоваться в ином контекстуальном пространстве [там же, с. 76]. Подмена понятий подразумевает намеренное именование «одного концепта именем другого либо называние денотата именем, которое выражает иной, не соответствующий данному денотату, концепт» [там же].

VI. **Манипуляции с модусами мнения и знания.**

VII. **Маскировка несостоятельного тезиса или аргументов.** Помимо использования приемов манипулятивного характера, речевое воздействие может достигаться за счет общепсихологических приемов [там же, с. 79–84]:

- 1) опора на позитивную и негативную установку реципиента в отношении личности коммуникатора;
- 2) использование позитивных и негативных склонностей, психического состояния, свойств личностей коммуникантов;
- 3) возбуждение тех или иных эмоций в отношении информации;
- 4) манипулирование скоростью и частотой подачи информации;
- 5) персонализация и ритуализация событий;
- 6) придание информации оттенков сенсационности и срочности [Кара-Мурза, 2002].

Л. Г. Навасартян предлагает иную классификацию приемов речевого воздействия [Навасартян, 2017]. Так, автор выделяет **речевые приемы искажения информации**.

- 1) *Навешивание ярлыков* подразумевает употребление эпитетов, метафор и других языковых средств, имеющих негативную коннотацию, для создания необъективной характеристики события или человека.
- 2) *Категория «свой – чужой»*.
- 3) *Эвфемизация* ставит задачу замены понятия с негативной коннотацией на коннотативно-нейтральное или положительное с целью создания положительного образа негативного / противоречивого события;
- 4) *Использование средств художественной выразительности*.

Вторая часть классификации приемов РВ у Л. Г. Навасартян посвящена **речевым приемам селекции информации** [там же, 2017, с. 85–131].

1. *Использование неавторизованной информации.* Предоставление сведений «со слов осведомленного человека, имя которого не сообщается» с подчеркиванием его «высокопоставленного статуса» создает иллюзию достоверности информации.
2. *Обращение к очевидцам событий* предполагает коммуникацию адресанта с участниками или очевидцами событий, которые освещают ситуацию в необходимом первом ключе.
3. *Апелляция к авторитетному мнению* указывает на степень достоверности излагаемых сведений.
4. *Обращение к цифрам* предполагает игру на стереотипе о том, что статистические данные отражают реальную картину события.
5. С помощью *отсылок к историческим фактам* и проведения параллелей адресант способен усилить собственную линию аргументации.

Третья часть классификации посвящена **речевым приемам умолчания информации**.

1. *Частичное освещение события* указывает на представление только одной стороны вопроса либо на пропуск значимого блока данных.
2. *Блокирование информации* используется для того, чтобы закрыть доступ потенциально опасным для спокойствия граждан сообщениям, или тем, что могут вызвать массовое недовольство.

АНАЛИЗ ВИДЕОМАТЕРИАЛОВ

Для того чтобы определить, насколько полно представленные выше классификации приемов речевого воздействия описывают процесс

осуществления речевого воздействия, нами были проанализированы следующие зарубежные новостные видеоматериалы – *BBC News*, *Fox News*, а также *CBS News*.

ИССЛЕДОВАНИЕ ВИДЕОМАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВЕ КЛАССИФИКАЦИИ ПРИЕМОВ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ Е. В. ШЕЛЕСТЮК

В ходе анализа было обнаружено, что почти во всех случаях присутствуют такие приемы речевого воздействия, как:

- а) возбуждение тех или иных эмоций в отношении информации;
- б) дезинформация;
- в) подтасовка фактов;
- г) прием пристрастной селекции аргументов или односторонней аргументации.

Так, информация западных СМИ о том, что «**Russia rockets** damaged part of Zaporizhzhia nuclear plant» (*BBC News*. 07.08.2022), может трактоваться как речевое воздействие. Данное утверждение звучит как апробированные сведения, однако авторы материала не предоставляют доказательной базы.

Полагаем, что трудности выделения используемых приемов речевого воздействия в большинстве проанализированных случаев могут быть обусловлены нечетким разграничением приемов в рассмотренных классификациях. На практике часто представлялось проблематичным определить, чем приведенные приемы речевого воздействия отличаются друг от друга, поскольку все они «работают на дезинформирование» реципиента. В связи с этим было затруднительно установить, посредством какого приема реализуется речевое воздействие в конкретном примере. У автора первой из рассмотренных нами классификаций границы между тремя последними указанными приемами (б), (в), (г) размыты, в связи с чем определить, какой из них является наиболее часто применимым в указанных видео, представляется сложным.

По нашему мнению, с учетом вышеуказанной единой целевой направленности приема дезинформации, подтасовки фактов и приема пристрастной селекции аргументов или односторонней аргументации будет уместным предложить рассматривать перечисленные приемы в качестве разновидностей или способов осуществления одного более широкого приема – **дезинформации**.

Приведем примеры из проанализированных новостных видеосюжетов, указывающих на применение приема дезинформации с такими его разновидностями (как мы заключили выше), как подтасовка фактов и прием пристрастной селекции аргументов или односторонней аргументации.

1. Общий контекст подобранных аргументов, что русские войска оккупировали электростанцию и ведут обстрел. Западные СМИ приводят только комментарии президента Украины и его сторонников в различных вариациях, в то время как альтернативная позиция представлена только графическим способом, как правило, тезисно прописана внизу:

...the reality is that for days we've been hearing from Ukrainian officials and also US officials saying that the Russians have essentially turned this nuclear site into a military base (BBC News. 07.08.2022).

Таким образом, СМИ подводят аудиторию к выводу о том, что деятельность русских угрожает безопасности Европы.

2. Подача информации о том, что украинские солдаты – великодушные герои:

...our soldiers are saying to their friends... to enjoy the peace that you can have now because we're dying here at the war to return that peace to you, to preserve this faith in life (BBC News. 14.08.2022).

3) Общий контекст о том, что Россия является беспринципной «военной машиной»:

...utter disregard for the principles that underpin peace and security around the world; the Kremlin's war machine in Ukraine (CBS News. 20.08.2022).

В процессе анализа видеоматериалов под сомнение было поставлено приведенное Е. В. Шелестюк разграничение двух других приемов РВ. Автор отмечает, что приемы *маскировки несостоятельного тезиса или аргументов, а также маскировки и дробления информации* представляют собой два несвязанных между собой явления. Более того, последний прием рассматривается как механизм *уклона*. В связи с этим возникли трудности с причислением того или иного примера к одному из этих двух приемов, а также с разграничением приема и его механизма. Другими словами, представляется проблематичным определить критерий, по которому автор выделил самостоятельный прием *маскировки и дробления информации* в категорию механизмов реализации другого приема. На наш взгляд, представляется логичным рассматривать данные приемы на уровне гиперо-гипонимических отношений: *маскировка несостоятельного тезиса или аргументов* как более узкая разновидность приема *маскировки и дробления информации*.

Хотелось бы обратить внимание также на выделенный *прием речевого воздействия* «уклон», которому автор дает англоязычный эквивалент *bias*. Как известно, слово *bias* имеет значение «предвзятой подачи информации», но не указывает на уклончивость от предоставления информации, что подтверждает словарная статья Cambridge Dictionary¹. Таким образом, отсутствует разграничение предвзятой подачи информации, которая, по нашему мнению, имеет непосредственное отношение к дезинформированию реципиента, и уклона. Чтобы решить данную проблему, можно использовать понятие «*bias*» в оригинальном значении и выделить приемы, имеющие отношение к пристрастной подаче информации, либо оставить понятие «уклона» без привязывания к «*bias*», при этом учесть те приемы, которые относятся только к данной категории. Полагаем, что приведенные аргументы подтверждают обоснованность нашего предложения о необходимости реструктурирования рассматриваемой классификации Е. В. Шелестюк.

В приведенной типологии мы столкнулись с проблемой разграничения приемов речевого воздействия с тактиками и механизмами. По нашему мнению, приемы способствуют реализации речевой тактики, что подтверждается определением Г. А. Копниной, которая указывает, что *речевая тактика* – «...такое речевое действие, которое соответствует определенному этапу в реализации той или иной стратегии и направлено на скрытое внедрение в сознание адресата целей и установок, побуждающих его совершить поступок, выгодный манипулятору» [Копнина, 2012, с. 48]. *Приемом* ученый называет «способ построения высказывания или текста, реализующий ту или иную манипулятивную тактику» [там же]. Полагаем целесообразным считать, например, дезинформирование речевой тактикой. В связи с этим то, что Е. В. Шелестюк рассматривает как механизмы, корректнее будет называть приемом речевого воздействия. Таким образом, приемы реализуют тактику, но не механизмы служат осуществлению приемов, как это изначально заложено в оригинальной типологии.

ИССЛЕДОВАНИЕ ВИДЕОМАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВЕ КЛАССИФИКАЦИИ ПРИЕМОВ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ Л. Г. НАВАСАРТЯН

В ходе работы неясными были мотивы классификации автором «средств художественной выразительности», которые были отнесены в группу

¹Cambridge English Dictionary: Meanings & Definitions. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-russian/bias> (дата обращения: 22.11.2022).

речевых приемов искажения информации. На наш взгляд, не следует отождествлять приемы речевого воздействия и средства их реализации. Языковые средства, на основе которых осуществляется применение того или иного приема речевого воздействия, уже подробно описаны в работах других авторов [Гальперин, 1977; Арнольд, 2002]. В связи с этим уточним, что при наличии группы языковых средств в классификации приемов речевого воздействия необходимо провести их подробное разграничение.

Приведем несколько примеров в соответствии с тем или иным приемом речевого воздействия.

1. **Навешивание ярлыков:**
...shelling of the Russian occupied Zaporizhzhia nuclear power plant (BBC News. 07.08.2022).
2. **Категория «свой – чужой»:**
They may try to keep Taiwan from visiting or participating in other places but they will not isolate Taiwan by preventing us to travel there (BBC News. 05.08.2022).
3. **Ссылка на неавторизованные источники:**
you're talking about everything rising in price and everyone that I've talked to feels it... (Fox News. 02.08.2022).
4. **Апелляция к авторитетному мнению:**
the reality is that for days we've been hearing from Ukrainian officials... ; Ukrainian and Western officials have accused... (BBC News. 07.08.2022).
5. **Блокирование информации:**
...журналист не говорит о том, что США придерживаются принципа «одного Китая», иначе это будет противоречить западной пропаганде по защите суверенитета Тайваня (BBC News. 05.08.2022).
6. **Частичное освещение события:**
Борис Джонсон приводит только собственные реальные достижения (бескомпромиссную победу на выборах) и провалы, которые выдает за достижения (борьба с пандемией), потому и одностороннее освещение (BBC News. 07.07.2022).

В ходе проведения анализа мы столкнулись с нехваткой приемов РВ, в связи с чем считаем необходимым расширить и перегруппировать некоторые пункты. В частности, предлагаем скорректировать такой прием, как *апелляция к авторитетному мнению, расширив его до ссылки на авторитетный источник*. Связано это с тем, что некоторые

из проанализированных примеров недостаточно отметить как только мнение, так как в ряде случаев отсутствует указание на конкретное лицо – выразителя мнения, а в других случаях информация подается не как субъективная, что типично для выражения мнения, а скорее как отсылка к достоверному источнику информации. При этом, ссылаясь на то или иное авторитетное лицо (даже не называя его), автор высказывания пытается представить собственную позицию наиболее весомым и достоверным образом:

Top US Democrat Nancy Pelosi (BBC News. 05.08.2022).

I've agreed with Sir Graham Brady, the chairman of our back bench MPs... (BBC News. 07.07.2022).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основным итогом исследования является тот факт, что представленные классификации приемов и средств речевого воздействия не позволяют выполнить всеобъемлющий анализ материалов. Приведенные типологии задевают наиболее общий инструментарий, что зачастую лишает возможности полноценно описать конкретный случай речевого воздействия с опорой на имеющиеся приемы и средства. Последнее обстоятельство потребовало внедрить предложения о реструктурировании классификаций приемов речевого воздействия, а также об их расширении.

Кроме того, в рассмотренных классификациях было установлено, что часто авторы вводят исследователей в заблуждение фактом отождествления приемов с тактиками, механизмами или

средствами речевого воздействия. На наш взгляд, основанием для подобного должны служить весомые критерии, однако подобрать такие весьма проблематично, поскольку данные понятия нетождественны друг другу.

Проведенное исследование позволило прийти к выводу, что для осуществления полноценного анализа в области оказания речевого воздействия недостаточно опираться только на одну классификацию. Выявленных случаев, которые затруднительно трактовать однозначно, оказалось достаточно, чтобы внести необходимые корректировки. Исходя из этого, установить, какая из рассмотренных классификаций является работающей, представляется проблематичным. Более того, на наш взгляд, при анализе ситуаций речевого воздействия целесообразно принимать во внимание некоторые паралингвистические явления, например, относящиеся к супraseгментному уровню для акцентуации значений отдельных единиц. Также полагаем важным учитывать некоторые экстралингвистические параметры, как, например, общую риторику СМИ, а также репутацию личности коммуникатора, что может как положительно, так и отрицательно повлиять на доверие аудитории к словам первого.

В качестве решения проблемы выбора той или иной классификации предлагаем рассмотреть такую перспективу дальнейшего исследования, как обращение к синтезу обеих приведенных групп приемов для анализа речевых ситуаций на комплексно новой основе, с учетом приемов обеих классификаций и предложенных нами выше корректировок.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Быкова О. Н. Опыт классификации приемов речевого манипулирования в текстах СМИ // Речевое общение: Вестник Российской риторической ассоциации. 2000. № 1(9). С. 42–52.
2. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. М.: Российская государственная библиотека, 2001.
3. Диманте И. В. Инструментарий профессионального коммуникатора (приемы речевого воздействия) // Коммуникативные исследования. Омск: Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского. 2015. № 4 (6). С. 52–64.
4. Шелестюк Е. В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования. М.: ФЛИНТА : Наука, 2014.
5. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: ЭКСМО-Пресс, 2002.
6. Навасартян Л. Г. Языковые средства и речевые приемы манипуляции информацией В СМИ (на материале российских газет): дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2017.
7. Копнина Г. А. Речевое манипулирование: учеб. пособие. 4-е изд., испр. М.: ФЛИНТА, 2012.
8. Гальперин И. Р. Стилистика английского языка. М.: Высшая школа, 1977.
9. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык. М.: Флинта : Наука, 2002.

REFERENCES

1. Bykova, O. N. (2000). Opyt klassifikacii priemov rechevogo manipulirovaniya v tekstah SMI = Persuasion techniques classification issues in media texts. Rechevoe obshhenie: Vestnik Rossijskoj ritoricheskoy associacii, 1, 42–53. (In Russ.)

2. Sternin, I. A. (2001). Vvedenie v rechevoe vozdejstvie = Introduction to persuasion. Moscow: Russian State Library. (In Russ.)
3. Dimante, I. V. (2015). Instrumentarij professional'nogo kommunikatora (priemy rechevogo vozdejstviya) = Tools of a professional communicator (persuasion techniques). Kommunikativnye issledovaniya. Omsk: Dostoevsky Omsk State University, 4(6), 52–64. (In Russ.)
4. Shelestyuk, E. V. (2014). Rechevoe vozdejstvie: ontologiya i metodologiya issledovaniya = Persuasion : ontology and research methodology. Moscow: FLINT : Science. (In Russ.)
5. Kara-Murza, S. G. (2002). Manipulyaciya soznaniem = Manipulation of consciousness. Moscow: EKSMO-Press. (In Russ.)
6. Navasartyan, L. G. (2017). Manipulirovanie Lichnost'yu: Organizaciya, sposoby i tekhnologii informacionno-psihologicheskogo vozdejstviya = Language tools and speech techniques of information manipulation in the media (based on the material of Russian newspapers): PhD in Philology. Saratov. (In Russ.)
7. Kopnina, G. A. (2012). Rechevoe manipulirovanie = Persuasion. Textbook. 4th ed., revised. Moscow: FLINTA. (In Russ.)
8. Galperin, I. R. (2012). Stilistika anglijskogo yazyka = Stylistics of the English Language. Moscow: Vysshaya shkola. (In Russ.)
9. Arnold, I. V. (2002). Stilistika. Sovremennyy anglijskij yazyk = Stylistics. Modern English. Moscow: FLINTA: Science. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Кононова Мария Валерьевна

аспирант института иностранных языков

Орловского государственного университета им. И. С. Тургенева

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Kononova Maria Valerievna

Postgraduate Student of the Foreign Languages Institute

Orel State University named after I. S. Turgenev

Статья поступила в редакцию
одобрена после рецензирования
принята к публикации

15.04.2024
29.04.2024
06.05.2024

The article was submitted
approved after reviewing
accepted for publication