

Anna Brzostek

Манипулирование общественным созданием как предмет языковедческих исследований

Prace Językoznawcze 13, 33-46

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Anna Brzostek
Olsztyn

Манипулирование общественным сознанием как предмет языковедческих исследований

Manipulation of social awareness as a subject of linguistic research

The author also presents the types of manipulations and its participants.

Słowa kluczowe: manipulacja, propaganda, zaimki, lingwistyka

Key words: manipulation, propaganda, pronouns, linguistics

Проблема манипулирования общественным сознанием волновала человечество с самых древних времен. Риторика, искусство красноречия, занималась одним из самых важных аспектов в формировании общественного сознания – обучала людей, как облекать свои мысли в словесную форму. Современные люди ежедневно общаются друг с другом на разных языковых уровнях и пользуются разными коммуникативными средствами и моделями. Данная работа посвящена анализу языковых средств воздействия на общественное сознание, манипуляции общественным сознанием как модели коммуникативного процесса. Под манипуляцией общественным сознанием в работе понимается такая коммуникативная ситуация, в ходе которой происходит передача информации, содержащей скрытые от адресата-слушающего интенции.

Манипулирование, т.е. сознательное влияние на сознание другого человека, происходит ежедневно при всяком взаимодействии между людьми. Его причины и последствия интересовали человечество с самых древних времен. История риторики – это история человечества, в котором риторика – это искусство красной речи. „Rhetorice ars ect bene dicendi” (Ottmers 1996: 5) Проблема манипулирования человеком, его сознанием неоднократно ставилась в XX веке исследователями. Слово манипулирование в русском языке происходит от немецкого глагола *manipulieren*, куда, в свою очередь, было заимствовано из латыни

Etymologisch stammt das Wort aus dem Lateinischen und meint „mit der Hand füllen“. Im 17. Jahrhundert taucht in Frankreich „Manipulation“ in der Bedeutung von „Handlungsweise“ auf [...] und seinen recht negativen Sinn erhielt das Wort erst nach 1945. (Lay 1977: 17)

1. О понятии манипулирования

Теоретические исследования манипуляции проводятся в различных сферах общественной практики: в психологии, в лингвистике, социологии, этике и политологии. Российские исследователи в своих работах рассматривают проблематику теории манипуляции. Среди них: Е. Доценко, С. Кара-Мурза, Г. Шиллер, Р. Счастливцев, и др. В их работах предлагаются следующие определения манипуляции, манипулирования.

Г. Шиллер определяет манипуляцию как «скрытое принуждение, программирование мыслей, намерений, чувств, отношений, установок, поведения» (Шиллер 1980: 87).

Для него Р. Счастливцева «манипуляция – это скрытое управление человеком с целью заставить его действовать не в своих интересах, а в интересах того, кто влияет» (Счастливцев 2006: 4).

Доценко определяет манипуляцию как «вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями» (Доценко 2001: 57).

В результате проведённого анализа дефиниции манипуляции предлагается следующее определение:

Манипуляция – это вид психологического воздействия, направленного на побуждение адресата к совершению определённых манипулятором действий в результате скрытого внедрения в психику адресата целей, желаний, намерений, установок, не совпадающих с теми, которые адресат мог бы сформировать самостоятельно. (Михалёва 2007 <<http://rus-lang.com/about/group/mikhaleva/state4/>>)

Обычно люди понятию манипуляции придают негативный оттенок. Чаще всего, потому что она связана с скрытую целью. Как считает Г. Шиллер: *успех манипуляции гарантирован, когда манипулируемый верит, что всё происходящее естественно и неизбежно. Короче говоря, для манипуляции требуется фальшивая действительность, в которой её присутствие не будет ощущаться* (Шиллер 1980: 87). Все люди влияют друг на друга, чаще всего открыто, например, в результате психолого-физиологической манипуляции возникают чувства симпатии или антипатии.

Иногда влияние приобретает форму скрытой манипуляции, связанной с воздействием на подсознание человека. Манипуляция сознанием играет в процессе коммуникации огромную роль. Скрытое влияние на адресата имеет в виду его подсознание, его слабости. Адресат в процессе манипуляции – это объект влияния, который действует в интересах манипулятора (адресант).

2. Признаки манипуляции

Доценко (Доценко, 2001) выделяет следующие группы признаков манипуляции:

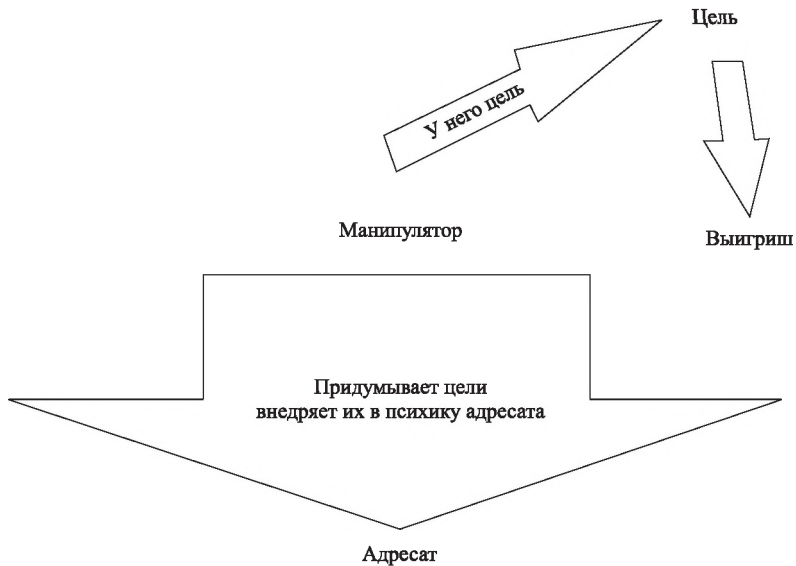
- родовой признак – это психологическое воздействие
- отношение манипулятора к другому (другой = средство достижения собственных целей)
- стремление получить односторонний выигрыш
- скрытый характер воздействия
- использование силы = игра на слабостях
- побуждение
- мастерство в осуществлении манипулятивных действий

Доценко указывает, что понятие силы не может служить дифференцирующим признаком. Он использует критерий моральной оценки позиции манипулятора, т.е. отношение к другому как средству достижения собственных целей. По его мнению, необходимо указать, что манипуляция является видом психологического воздействия. В процессе манипуляции очень важно стремление манипулятора к получению одностороннего выигрыша. Манипуляция возникает тогда, когда манипулятор придумывает за адресата цели (Доценко 2001: 246). Основой действительности манипуляции является сокрытие ее как факта.

Следовательно, цели манипуляторов сводятся к формированию у адресатов определенного мнения. Это односторонний выигрыш. Манипулятор должен действовать скрыто так, чтобы манипулируемый был уверен в том, что действовал свободно и сознательно.

Цель политической манипуляции (М) – это, во-первых, получение, во-вторых, – реализация, и в конце концов – сохранение власти. Успех на выборах – это выигрыш в процессе манипуляции. Целью политических манипуляций есть влияние на массовое сознание. В ПМ манипулятор играет также на чувствах избирателей, которые уверены, что они действовали независимо. Избирательные кампании – это путь к власти, а ПМ – стратегия ее получения. Для успешного достижения целей (власти) существуют средства ПМ, которые называются политическими технологиями.

Рис. 1. Признаки манипуляции (собственный состав)



3. Пропаганда как тип манипуляции

Пропаганда – коммуникационное влияние на сознание людей – воздействует на эмоционально-волевую сферу массового сознания. Следовательно, психологическому воздействию пропаганды подвергаются, в первую очередь, эмоции. Они играют огромную роль в процессе манипуляции. Цуладзе различает позитивную и негативную пропаганду.

Позитивная (конструктивная) пропаганда доводит до потребителя те или иные убеждения в доходчивой форме. Цель позитивной пропаганды — способствовать социальной гармонии, согласию, воспитанию людей в соответствии с общепринятыми ценностями. Позитивная пропаганда не преследует манипулятивных целей, не допускает лжи и сокрытие фактов.

Негативная (деструктивная) пропаганда навязывает людям те или иные убеждения по принципу «цель оправдывает средства». Цель негативной пропаганды — разжигание социальной вражды, эскалация социальных конфликтов, обострение противоречий в обществе. Технология создания «образа врага» позволяет сплотить толпу вокруг пропагандиста, навязать ей выгодные ему убеждения и стереотипы. Основная функция негативной пропаганды — создание иллюзорной, параллельной реальности, выгодной пропагандисту, с перевернутой системой ценностей, убеждений, взглядов. Негативная пропаганда активно пользуется низкой критичностью и внушаемостью масс с целью манипулирования ими в интересах узкой группы лиц. (Цуладзе 2000)

Исследователи пропаганды чаще всего выделяют по типологии источника 3 типа информации:

- черную пропаганду
- белую пропаганду
- серую пропаганду

Белая пропаганда является открытой, использует проверенные данные и не маскирует свои цели. Она ссылается на официальные источники. Однако исследователи указывают, что о *белых технологиях* трудно говорить. Каждая *белая* технология «беременна» *чёрной*. Чистые избирательные технологии относятся к области утопий – манипуляция без скрытых элементов воздействия невозможна.

Серая пропаганда использует как проверенные, так и непроверенные сведения, стремится подтасовать факты и мнения, чтобы навязать свои выводы и оценки.

Черная пропаганда всегда скрывает свои подлинные источники информации, ставит своей целью введение массового сознания в заблуждение. Черная пропаганда имеет два модели источников информации (Dobek-Ostrowska 2006, 220).

Рис. 2. Первая модель черной пропаганды (собственный состав)

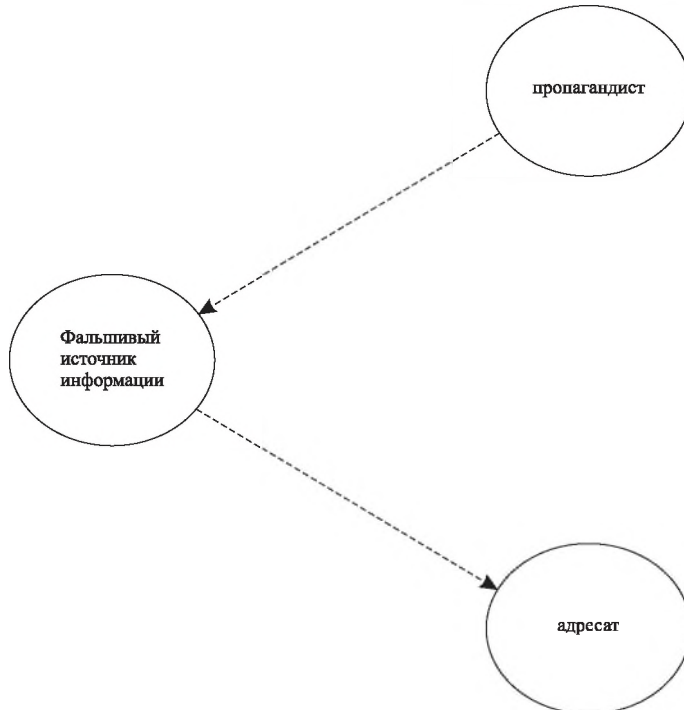
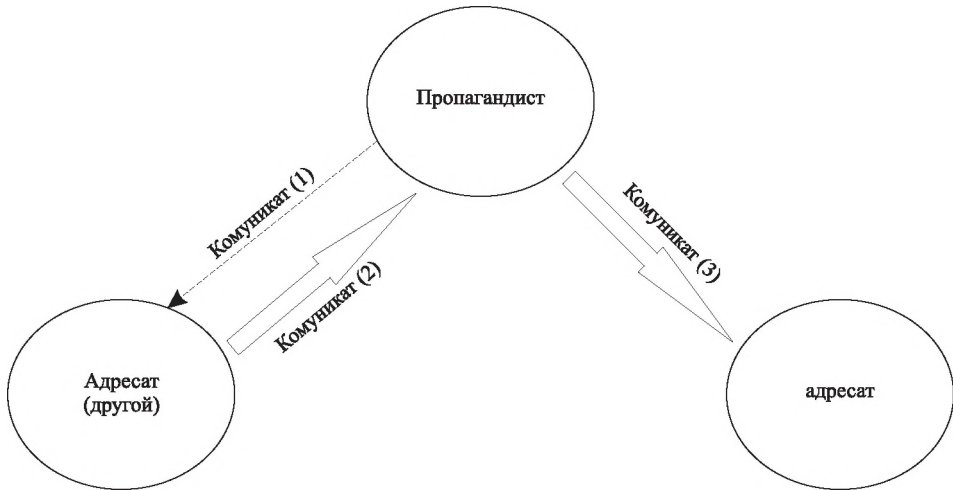


Рис. 3. Другая модель черной пропаганды (собственный состав)



Первая модель (рис.2) представляет конспирацию источника информации. Другая модель (рис. 3) указывает, что пропагандист скрыто влияет на адресата, т.е. он влияет при помощи другого адресата, который является достоверным. Потом он (пропагандист) передает свою информацию (коммуникат 3) адресату якобы она была от другого адресата. В этой модели пропагандист/манипулянт хочет влиять на адресата скрыто, при помощи другого, достоверного адресата. В современной литературе можно найти очень много разных классификаций типов манипуляции.

4. Типы манипулятивных систем

Согласно с Шостром мы выделяем 4 типа манипулятивных систем:

- активный манипулятор
- пассивный манипулятор
- соревнующийся манипулятор
- безразличный манипулятор (Шостром 2001: 277)

Активный манипулятор играет роль человека полного сил. Он пользуется своим социальным положением (родитель, учитель). Ему противоположен пассивный манипулятор, который позволяя активному манипулятору думать за него. Соревнующийся манипулятор воспринимает жизнь как проигрываний. Жизнь для него – это постоянная битва. Последний тип – это безразличный манипулятор, который играет в безразличие, старается уйти. (Шостром 2001: 277)

У каждого типа манипулятора философия:

Рис. 4. Философия манипуляторов по Шострому (собственный состав)

Философия активного манипулятора	➔	главенствовать, властвовать
Философия пассивного манипулятора	➔	никогда не вызывать раздражения
Философия соревнующегося манипулятора	➔	выигрывать любой ценой
Философия безразличного манипулятора	➔	отвергать заботу

5. Лица манипуляции

В скрытом управлении, каковым является манипуляция, возникают два главных элемента. Один из них – это м а н и п у л я т о р а другой – это о б ъ е к т д е й с т в и я . Эти два элемента имеют разные названия у разных ученых.

У Шосрома мы находим такие два элемента как: м а н и п у л я т о р и а к т у а л и з а т о р . Им придает он особенные черты. (Шосром 2001: 277)

манипулятор	актуализатор
<ul style="list-style-type: none"> • контролирует других • манипулирование делает его слепым • его стиль жизни базируется на 4 китах: <ol style="list-style-type: none"> 1. ложь 2. неосознанность 3. контроль 4. цинизм 	<ul style="list-style-type: none"> • цельная личность • принимает жизнь как процесс роста • его стиль жизни базируется на 4 китах: <ol style="list-style-type: none"> 1. честность 2. осознанность 3. свобода 4. доверие • ищет в себе самобытность и уникальность

Шосром считает таких участников манипуляции крайними типами. Бубер верит, что манипулярное отношение к людям отличается от актуализационного главным образом тем, чем отношения „Я- ЭТО” от „Я-ТЫ” (Бубер, цит. по: Шосром 2001, 278).

В научных исследованиях описываются 8 основных манипулятивных типов людей:

1. **Диктатор** обычно доминирует, приказывает, цитирует авторитеты. Из диктатора может развиваться лидер.

2. **Тряпка** – это обычно жертва диктатора. Приемы: пассивно молчать, не слышать.

3. **Калькулятор** обманывает, уваливает, лжет.

4. **Прилипала** – это полярная противоположность калькулятора. Это личность, которая жаждет быть предметом забот.

5. **Хулиган** преувеличивает свою агрессивность, жестокость.

6. **Слабый парень** преувеличивает свою заботливость, любовь, внимательность. Он убивает добротой.

7. **Судья** преувеличивает свою критичность. Он никому не верит, с трудом прощает.

8. **Защитник** – это полярная противоположность судье. (Шапарь 2007: 283)

В процессе манипуляции ее участники имеют определенную роль, которая связана с их позицией и способом влияния. Их позиция в процессе манипуляции требует определенной стилистики речи и образа действий.

6. Языковые способы манипулирования сознанием

Силой, которая привела в движение большие исторические потоки в политической или религиозной области, было с незапамятных времён только волшебное могущество произнесённого слова.

А. Гитлер

Манипулятивная роль слова основывается на том, что язык выполняет не только коммуникативную, но и суггестивную функцию. Каждое событие действительной жизни, значимое для манипулятивного плана, можно назвать по-разному, и от этого названия будет зависеть и общественная оценка этого события. Основоположником научного направления, посвящённого роли слова в пропаганде, называют американца Г. Лассуэлла. Он изучал методы подбора слов для передачи нужного смысла и развил с помощью этого целую систему создания политических мифов. Для достижения манипулятивного успеха политики создают особый язык, сравнимый разве что с «новоязом» из знаменитого романа Дж. Оруэлла «1984». (Авченко 2002: 26). Этот язык имеет внутреннюю силу, которая является самой главной чертой языка манипуляции. Лингвисты выделяют два типа силы языка:

- *физическую силу* – сила, которая происходит из-за языка
- *языковую силу* – сила, которая происходит от употребления языка. (Wasilewski 2006: 259)

Угроза применения силы (агрессия), вызывание гнева или других чувств как симпатия, анитипатия, подтасовка фактов, замалчивание – все это характерные черты языка пропаганды, стремящегося к созданию у воспринимающей стороны выгодное для заказчика мнение. Языковая доминация связана есть с силой эмоционального воздействия. Власть

в процессе манипуляции возникает когда появляется асимметрия сил. Доминант демонстрирует свою силу при помощи языка. Он может использовать темп речи и речевую динамику:

- мягкость и силу голоса
- выразительность пауз
- интонационное выделение отдельных слов и т.д. (Шапарь 2007: 131)

Манипуляторы умеют понижать голос в конце главной фразы и делают после ключевых фраз выразительные паузы. Хорошая дикция и манера речи играют огромную роль прежде всего в политических речах, которые произносят ораторы выступающие перед народом.

Меняя силу голоса, темп речи, четко произнося ключевые слова, подчеркивая их интонационно, манипуляторы существенно повышают внушающее речевое воздействие. (Шапарь 2007: 131)

Дикция, риторика, которая относится не только к устной, но и к письменной речи, и речевая динамика – это только один аспект анализа политических речи. В наших лингвистических исследованиях мы будем рассматривать речи как акты речевого воздействия. Наше внимание привлекает язык как средство манипуляции. Внутренняя система языка может играть огромную роль в процессе манипуляции. Манипулятор имеет возможность пользоваться разными грамматическими категориями, чтобы подчеркнуть идею, которую он хочет скрыто представить своему адресату. Для достижения своих цели манипулятор трактует язык не как средство передачи информации, а как одно из средств влияния на адресатов коммуникативного процесса. Для него местоимения, дополнения, обобщения, пресуппозимция, перифраз или повелительное наклонение – это средства в процессе манипулирования.

6.1. Использование кратких имен собственных

Краткое имя собственное используется чаще всего в неформальной обстановке. Оно сокращает расстояние между участниками коммуникативного процесса. В процессе манипуляции кратких форм не употребляют по отношению к доминирующим лицам. Однако если доминация связана с симпатией, можно увидеть уменьшительную форму в политических речах или рекламе. Примером здесь может быть слоган: *każda Polka głosuje na Olka*, который был употреблен в Польше в 1989 году. (Wasilewski 2006: 300)

Использование кратких имен собственных – это одна из метод пропаганды, но по-русски это невозможно, здесь в качестве фамильярного обращения используется отчество или имя-отчество в противоположность

обращению. Однако надо эту методу перечислить, потому что люди политики в нынешние время очень часто ее употребляют.

6.2. Местоимения

Местоимения – это части речи, которые не называют предмета или его характеристики, а лишь указывают на них или на их отношение к иным предметам. В процессе манипуляции манипуляторы пользуются эти части речи, чтобы эмоционально влиять на адресата. Доминирующим местоимением является местоимение *Я*, которые часто в процессе языковой манипуляции обозначает *МЫ*.

Доминанцию при помощи местоимения *МЫ* манипулятор может представлять на три способа:

- *МЫ*, которые включает в себе адресата ($мы = я + ты$)
- *МЫ*, при помощи которого манипулятор влияет на целую коммуникацию ($мы = я, вы, весь мир$)
- *МЫ*. Манипулятор представляет группу ($мы = я и мои приверженцы$) (Wasilewski 2006: 157)

Люди власти часто пользуются местоимение *мы*, чтобы соединить общество. Лидер, который употребляет *мы* в смысле *мы как народ*, указывает на контраст: *мы* и *они*. В этом процессе адресант отказывается от *я* и при помощи местоимения *мы* соединяет свои идеи с народом. Использование местоимения *мы* в политическом контексте, в речах политических лидеров позволяет манипулировать сознанием людей. Группа чувствует себя сообществом, в котором нет места для разногласий. Местоимение *мы* подчеркивает и укрепляет *они*.

6.3. Эмоциональный резонанс и эмоциональная оценка

Эмоциональный резонанс мы можем определить как способ создания у широкой аудитории определенного настроения с одновременной передачей пропагандистской информации. Эмоциональный резонанс позволяет снять психологическую защиту, которую на мыслительном уровне выстраивает человек, сознательно пытаясь оградиться от пропагандистского или рекламного «промывания мозгов» (Сороченко 2007). Эмоциональный резонанс особенно сильно проявляется в толпе, в которой происходит взаимное заражение эмоциями и – как следствие – их интенсификация. Эмоциональная выразительность устной речи достигается тем, что ее номинальное содержание дополняется интонацией, мимикой, жестом. В письменной речи мы имеем другие средства эмоцио-

нального влияния на сознание адресата. Ритмичное построение речи давно используется как средство эмоционального воздействия, восполняющего утилитарную ограниченность слова.

Эмоциональное воздействие ритмов и эмоциональная оценка фактов и событий принимают участие в процессе языкового манипулирования сознанием. Они выражаются в языке при помощи имен прилагательных. Хорошо подготовленная политическая речь богата именами прилагательными, которые вызывают эмоции и чувства у адресатов коммуниката. Они влияют на сознание и на объективизм адресата.

6.4. Повелительное наклонение

Повелительное наклонение является одним из самых главных средств языкового способа манипуляции. Оно выражает просьбу, приказ или совет. Говорящий сообщает о своем желании, чтобы то или иное действие было выполнено. Важная особенность императивного высказывания состоит в том, что оно является одновременно и сообщением, и действием: говорящий не только сообщает о своем желании, но и пытается заставить адресата его выполнить. (Wasilewski 2006: 141) При помощи повелительного наклонения манипулятор выражает себя как доминирующего. Оно дает ему чувство силы и влияния на действие. Манипулятор пользуется повелительное наклонение явно и намеренно.

6.5. Внушение

Внушение – это влияние при помощи чувств на мнение другого человека. Внушения можно классифицировать как:

п р я м ы е в н у ш е н и я

1. явные прямые
2. прямые закамуфлированные
3. постгипнотические

к о с в е н н ы е в н у ш е н и я

1. последовательность принятия, (несколько высказываний, с которыми человек согласится)
2. импликация, пресуппозиция
3. негативное парадоксальное
4. двойная связка, «выбор без выбора»

5. двойная диссоциативная двойная связка
6. контекстуальное (требуемые слова выделяются невербально: интонацией, жестами, мимикой)
7. наложение противоположностей
8. отрицание
9. шок, удивление, творческие моменты
10. трюизм, банальность (трудно отвергнуть)

о т к р ы т ы е

1. мобилизующее (предлагаются неопределённые мобилизующие рамки, которые человек сам заполняет, в зависимости от своих собственных ресурсов; делается пауза после мобилизующих слов)
2. ограниченное открытое (предлагается ограниченный выбор, который не уточняется; как правило, является трюизмами; трудно отвергнуть)
3. охватывающее все возможности класса (после перечисления всех возможностей, следует добавлять «или что-то ещё»)
(<http://ru.wikipedia.org>; Dobek-Ostrowska 2006: 222)

6.6. Языковая агрессия

В политической деятельности язык служит для соединения адресата. В политическом обществе язык – это средство избирательной борьбы о избирателей, поддержку. Языковая агрессия перечеркивает субъективность адресата.

В процессе языковой манипуляции используются разные типы агрессивного языкового поведения:

- обида
- оскорбление
- диффамация
- инвектива (Dobek-Ostrowska 1999: 95)

Языковая агрессия является основной чертой языка пропаганды.

6.7. Закрытые вопросы

Это вопросы, на которые ожидается ответ „да” или „нет”. Такие вопросы манипулятор применяет со строго определенной целью. Эти вопросы направляют мысли манипулируемого. Они оказывают суггестивное воздействие. Закрытые вопросы манипулятор задает не тогда, когда ему нужно получить информацию, а только в тех случаях, когда он хочет ускорить получение согласия. (Шапарь 2007: 339)

Эти вопросы очень часто использовал Геббельс. В 1943 году он говорил:

Ich frage euch: Wollt ihr den totalen Krieg?

(Publikum: „Ja!“)

„Wollt ihr ihn? Wenn nötig, totaler und radikaler, als wir ihn uns heute überhaupt erst vorstellen können?“

(Publikum: „Ja!“)

(Goebbels 1943)

При вопросах такого типа необходимо наличие определенного вида сценария. Закрытые вопросы – это скрытая форма влияния. Когда адресат отвечает, он думает, что что-то от него зависит, что он имеет влияние, но это результат манипулярного процесса.

6.8. Стереотипизация как метод пропаганды

Стереотипы становятся частью истории человечества. Под их понятием исследователи определяют мнение как штамп действующий на уровне подсознания. Стереотипы не формируются человеком самостоятельно, а опыт остается невостребованным. В процессе манипуляции стереотипы становятся одно из самых важнейших средств политической манипуляции. Стереотипы в пропаганде – это не источник информации, а собрание слов имеющих в виду вызвание определенных чувств.

В этой статье представлены теоретические исследования манипуляции. Ее средства во многом определяют успех политической пропаганды, в которой враг как символ воплощает самые резкие чувства. В процессе манипуляции адресат сливается с толпой и, ощущая в толпе эмоциональный резонанс, верит, что он имеет влияние на окружающую его действительность. В этом случае манипуляция достигает своей цели.

Литература на русском языке

- Допенко В. (2001): *Определение манипуляции*. [W:] *Межличностное общение*. Издательство Питер. Санкт-Петербург, с. 246–277.
- Шапар В. Б. (2007): *Психология манипуляции*. Издательство Феникс. Москва.
- Шостром Э. (2001): *Манипулярные системы*. [W:] *Межличностное общение*. Издательство Питер. Санкт-Петербург 2001, с. 277–283.
- Счастливец Р. (2006): *Манипулирование сознанием*. Издательство Астрель. Москва.

Литература на польском языке

Dobek-Ostrowska B. (2006): *Komunikowanie polityczne i publiczne*. PWN. Warszawa.
Wasilewski J. (2006): *Retoryka dominacji*. Wyd. Tris. Warszawa.

Литература на немецком языке

Ottmers C. (1996): *Rhetorik*. Verlag Metzger. Stuttgart.

Электронные источники

О.Л.Михалёва <<http://rus-lang.com/about/group/mikhaleva/state4/>>
<<http://arbeitsblaetter.stangl-taller.at>> 20.10.2007
<<http://ru.wikipedia.org>> 07.01.2008

Summary

In today's world the dominant role is played by mass media. The manipulation of words plays an important role in the transmission of information. In the article the author presents the process of manipulation and its style which have a huge impact on creating political texts. The article shows the black, white and grey variety of propaganda. The author also presents the types of manipulations and its participants.