



УДК 32:070:004:056
ББК 60.5

СПОСОБЫ ЯЗЫКОВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ СМИ НА ПОЛИТИЧЕСКОЕ СОЗНАНИЕ АУДИТОРИИ (ПО МАТЕРИАЛАМ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРЕССЫ)

А.В. Россошанский

В статье предложен авторский вариант классификации информационных технологий воздействия региональных печатных СМИ на массовое сознание, раскрыты особенности их применения в политическом процессе, дана оценка функциональности и эффективности. Особое внимание уделено анализу технологии воздействия СМИ на примере Саратовской области.

Ключевые слова: политическое сознание, информационные технологии, региональные СМИ, политическая борьба, информационное воздействие, аргументация.

В современной научной литературе вопрос о политическом потенциале средств массовой информации является достаточно актуальным. Учитывая постоянно возрастающую роль масс-медиа и их влияние на общество, исследователи все чаще обращаются к анализу не только природы и основных характеристик самих СМИ, но и их возможностей манипулировать общественным сознанием в политических целях. В посвященных данной проблеме работах [6; 8; 9; 19; 27; 28], как правило, рассматриваются отдельные, реализуемые на уровне политических медиа-сообщений механизмы и приемы воздействия на реципиентов информации. Попытки же типологизации многочисленных методов речевого влияния на адресата встречаются значительно реже [10; 12; 21].

В рамках настоящей статьи предлагается собственный вариант смысловой группировки уже выявленных учеными информационных технологий воздействия, и на материале публикаций региональной прессы каждый из имеющихся механизмов речевого влияния снабжается конкретными примерами.

Эмпирической базой проведенного исследования стали статьи регионального ежене-

дельника «Саратовский взгляд», опубликованные в период с августа 2010 г. по январь 2011 года¹. Всего за эти шесть месяцев вышли 25 номеров данной газеты. В результате сплошного просмотра каждого из них нами были отобраны для анализа 148 статей. Селекция материалов осуществлялась по критерию их соответствия интересовавшей нас теме отношения газеты к муниципальной власти Саратова. Известно, что с августа 2010 г. данное издание, до этого весьма лояльно настроенное к городской власти, кардинально изменило свое отношение к руководству муниципалитета. Председатель городской думы Олег Грищенко и исполняющий обязанности главы администрации Саратова Алексей Прокопенко начали подвергаться постоянной и последовательной критике журналистов «Саратовского взгляда». Именно это обстоятельство и побудило нас выбрать в качестве источника материалов для нашего исследования публикации данного еженедельника: в условиях ведения «информационной войны» частота и интенсивность применения различного рода манипулятивных политических медиа-технологий, как известно, значительно выше, чем обычно.

Считается, что наиболее эффективными средствами аналитической обработки большого объема текстовой несистематизированной информации являются контент-, ивент- и дискурс-анализ [1; 11; 22]. Обладая

широким спектром применения, они могут выступать как в качестве самостоятельного научного инструментария, так и «встраиваться» в рамки других исследований. В определенных случаях, исходя из целей и задач исследования, целесообразно использовать также математические методы и принципы моделирования.

В рамках данной работы считаем возможным использовать лишь качественную разновидность контент-анализа и дискурс-анализ. Контент-анализ предполагает, что на основе знания о содержании материалов массовой коммуникации исследователь может делать выводы о намерениях коммуникатора или возможных эффектах сообщения. Данный метод ориентирован на изучение явного, очевидного содержания. Важным обстоятельством здесь является смысловое или интерпретационное единство в трактовке содержания всеми участниками коммуникационного процесса, равно как и самим исследователем: классифицируя фрагменты содержания по тем или иным категориям, ученый предполагает, что соответствующие фрагменты аналогично и однозначно понимались и коммуникатором, и реципиентом [7, с. 63–64].

Применение контент-анализа позволяет получить высокоинформативные результаты, однако интерпретировать их целесообразно лишь в сочетании с другими методами анализа информации, в нашем случае – с дискурс-анализом. Дискурс-анализ подразумевает рассмотрение логического построения текста в целом и того, как «разворачивается» конкретная мысль в абзаце; анализ используемых автором текста синонимов и коннотаций (положительных или отрицательных); а также изучение типов применяемой модализации, то есть источников получения информации, на которые ссылается автор [38, с. 23].

Применяя названные исследовательские механизмы, мы проанализировали комплекс отобранных статей на предмет наличия в них технологий воздействия на читателя. Надо отметить, что при этом за основу нами брались уже известные манипулятивные приемы, подробно описанные в соответствующей литературе. Однако в ходе «препарирования» найденных статей мы обнаружили ряд журналистских приемов, которые также вполне могли бы

претендовать на то, чтобы считаться медиа-технологиями политического влияния.

Все многообразие методов информационного воздействия, на наш взгляд, может быть разделено на три относительно самостоятельных уровня: микро-, мезо- и макро-. К самому нижнему из них нам представляется логичным отнести использование таких средств, как:

- метафора – задействует, в первую очередь, механизм ассоциативного мышления реципиента и тем самым позволяет достичь значительной экономии интеллектуальных усилий. В качестве примеров метафор, обнаруженных в текстах «Саратовского взгляда», можно назвать такие выражения, как *первая ласточка, послушная марионетка, лояльные Гриценко мандарины* [3, с. 2; 40, с. 3];
- синонимы – называя что-то, авторы манипуляционного текста часто выбирают из семантического поля слово, наиболее удаленное по смыслу от обозначаемого объекта, либо же многозначное слово, одно из значений которого лишь с натяжкой можно отнести к обозначению номинируемого объекта. Например: *полный бардак* (а не, скажем, *беспорядок, проблемы, непростая ситуация* и т. п.) в ЖКХ, тандем *выметает* (вместо возможных *убирает, увольняет, устраняет* и т. п.) из муниципальных предприятий ненадежных людей, городские власти взялись *крушить* (другие варианты: *ликвидировать, устранять, убирать* и т. п.) ларьки [26, с. 2; 31, с. 14; 32, с. 15];
- эвфемизмы – эмоционально-нейтральные слова или выражения, употребляемые вместо синонимичных им слов и выражений, представляющихся автору текста неприличными, грубыми или нетактичными, и дисфемизмы (наоборот): *фигурант* (а не участник) истории [39, с. 2];
- штампы или «универсальные истины» – суждение, утверждающее определенное положение как соответствующее действительности, в то время как в его основе может быть ложь: *«Деньги, тем более бюджетные, нуждаются в тишине»*; воспоминания о *«выброшенных на ветер деньгах»* [2, с. 16; 3, с. 2];

- наклеивание ярлыков: «Грищенко – байкер, обуза партии» [13, с. 15; 40, с. 2];
- овеществление (опредмечивание) – люди и события, которые должны быть представлены в отрицательном свете, приравниваются к неодушевленным предметам: *плодовитая бюрократия, тандем* [16, с. 15; 26, с. 2];
- употребление абстрактных денотативно свободных слов – лексических единиц, внутренняя форма которых значительно отделилась от изначального смысла, а доминирующим значением стало эмоционально-оценочное: *абсолютизм и авторитаризм* Грищенко, *борьба с коррупцией* [16, с. 15; 39, с. 2].

Объединяющей указанные технологии чертой является то, что все они так или иначе реализуются в рамках одного или – реже – нескольких слов. По нашему мнению, в сравнении с большинством прочих приемов именно подобная «точечность» механизмов микроуровня делает их особенно трудно различимыми: воспринимая данные лексические механизмы, читатель невольно попадает под влияние авторского замысла, однако при этом вряд ли осознает это.

Значительно более технологически насыщенным является предложенный нами мезо-уровень. В его рамках нам кажется возможным выделить два блока манипулятивных механизмов. Первый из них условно может быть назван «логическим». Его составляют приемы, при помощи которых осуществляется воздействие на разум читателя в требуемом автору текста направлении. Таковы, в частности:

- подмена аргумента или его отсутствие в принципе – логико-риторический прием, чаще всего предполагающий использование в качестве основания доказательства положения, которое само нуждается в обосновании [17, с. 5; 20, с. 16; 26, с. 2; 30, с. 3];
- упрощение или примитивизация информации – когда сложная и противоречивая проблема представляется односторонне просто, так, что фальсификация фактов и умолчание о существенных подробностях принимают вид лаконичного и беспристрастного повествования [17, с. 5; 26, с. 2];

- перенос смыслового акцента – имеет место, когда обосновывается и аргументируется очевидное, не требующее доказательств положение, а момент, нуждающийся в доказательстве, выступает в роли аксиомы [17, с. 5; 24, с. 14; 31, с. 14; 34, с. 3];
- использование большого количества цифр, статистики или данных социологических опросов, что призвано создать видимость большей убедительности и солидности излагаемого текста; при этом у читателя, как правило, не бывает возможности (да и желания) проверять эту фактуру [29, с. 2; 30, с. 3];
- публикация точек зрения экспертов, «лидеров мнений» и «людей из народа» – преследует ту же цель, что и предыдущий механизм, однако различие в характере привлекаемых для этого «средств» позволяет считать это отдельной манипулятивной технологией [15, с. 12; 18, с. 15; 34, с. 3];
- проведение выгодных автору аналогий – используя наиболее значимые события прошлого или проводя параллели с «нужными» персонажами, автор текста распространяет закрепленные за ними ассоциации и коннотации на объект своего внимания [20, с. 16];
- обсуждение слухов – для наиболее впечатлительных читателей этот прием может быть достаточно эффективным [23, с. 17; 25, с. 5];
- использование стереотипов и мифов – устойчивых вербальных конструкций, основанных на ложных или нуждающихся в обосновании положениях и претендующих на статус истинного суждения [3, с. 2];
- применение субъективной модальности – выражает отношение журналиста к сообщаемому им факту путем использования модальных частиц (вроде, якобы, разве что, ну и), междометий, специальных интонационных средств и изменения порядка слов [3, с. 2; 13, с. 5; 26, с. 2; 39, с. 2];
- опущение экспериенцера или пассивизация перформативов [10, с. 135–136] – когда частное мнение автора с помощью безличной конструкции (считается..., представляется... и т. п.) и других при-

емов выдается за общепризнанную истину [14, с. 3; 16, с. 15; 17, с. 5; 33, с. 6]; - «притягивание за уши» – таким образом, мы считаем возможным назвать отдельную технологию, предполагающую освещение самых незначительных и порой даже не имеющих никакого отношения к существу проблемы сюжетов [20, с. 16; 24, с. 14].

Второй блок технологий мезоуровня мы условно определяем как «эмоциональный»: составляющие его приемы в первую очередь предназначены для воздействия на не связанные с разумом каналы восприятия информации. Сюда относятся:

- использование повторов и параллельных конструкций – необходимы для создания требуемых ассоциаций и стереотипов [26, с. 2];
- введение в текст элементов юмора – от тонкой иронии до сарказма и откровенного осмеяния человека [4, с. 5; 35, с. 6; 36, с. 6; 37, с. 19];
- градация – развертывание слова или словосочетания в синонимический ряд таким образом, чтобы интенсивность значения каждого последующего члена шла по нарастающей [4, с. 5];
- применение невербальных способов воздействия – в первую очередь, здесь имеются в виду сопровождающие текст фотографии и иллюстрации. Статьи о Грищенко нередко сопровождались снимками, на которых он был запечатлен в неудобный момент или с не самым удачным выражением лица [4, с. 5; 35, с. 6; 40, с. 3].

Как мы полагаем, в отличие от приемов микроуровня, мезотехнологии, как правило, имеют больший «радиус действия», более эффективны, но, вместе с тем, они и легче распознаются, а следовательно, существует большая вероятность того, что читатель идентифицирует применяемые в отношении его механизмы.

Наконец, к технологиям макроуровня мы отнесли самые масштабные рычаги воздействия на аудиторию. Их не так уж и много, однако чаще всего именно они являются наиболее действенными. Самый распространенный механизм подобного рода – это отбор информации для освещения. Выбирая для публикации лишь те факты, которые способ-

ствуют решению стоящей перед ним задачи, создатель текста уже так или иначе влияет на свою аудиторию. Так, например, желая дискредитировать городскую власть, «Саратовский взгляд» особенно часто обращался к наиболее острым проблемам областного центра и пытался найти хоть какой-то компромат на руководство муниципалитета. Успехи же властного тандема чаще всего просто игнорировались.

Вообще нам представляется, что именно на макроуровне, по аналогии с градацией технологий паблик рилейшнз на «белые», «серые» и «черные», автор коммуникационного сообщения определяет для себя пределы допустимых масштабов манипуляции: будет ли он воздействовать на реципиента информации более или менее допустимыми методами либо же «опустится» до уровня ничем не прикрытой лжи и дезинформации.

На наш взгляд, в качестве отдельной технологии макроуровня вполне можно рассматривать и способ организации информации в рамках отдельного газетного номера. Так, на протяжении рассматриваемого периода «обличительные» статьи о муниципальной власти Саратова почти всегда занимали наиболее читаемые страницы издания и анонсировались на первой, полноцветной, полосе.

Помимо названных, к группе макро-механизмов также могут быть отнесены средний размер статьи, место ее расположения в номере, частота появления затрагивающих определенный сюжет публикаций и характер информационных поводов. Однако анализ данных моментов требует использования методов не качественного, а количественного контент-анализа, а потому при подготовке данной статьи это осталось вне зоны нашего внимания.

Резюмируя, можно сказать, что в конечном итоге все перечисленные технологии, вне зависимости от их уровня, были нацелены на изменение ассоциативного поля вокруг объекта журналистского внимания. В нашем случае таким объектом было руководство Саратова в лице Олега Грищенко и Алексея Прокопенко. Результаты исследований общественного мнения демонстрируют следующий факт: используя в отношении данных лиц

самый широкий спектр разнообразных манипулятивных приемов, журналисты «Саратовского взгляда» сумели добиться существенного ухудшения отношения к муниципальной власти как минимум части своей постоянной читательской аудитории.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Газета зарегистрирована 16.03.2006 Средневожским управлением Федеральной службы по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и культурного наследия. Регистрационный номер – ПИ № ФСВ-0255. Учредитель – ООО «Медиа Мир». Адрес: 410031, г. Саратов, ул. Комсомольская, 52. Выходит по средам на 20 страницах формата А3. Тираж – 10 000 экземпляров.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Алтунян, А. Г. Анализ политических текстов : учеб. пособие / А. Г. Алтунян. – М. : Унив. кн. : Логос, 2006. – 384 с.
- Балаян, Е. Главное недоразумение / Е. Балаян // Саратовский взгляд. – 2010. – 30 дек. – С. 16.
- Белобородов, А. Злые языки / А. Белобородов // Саратовский взгляд. – 2010. – 16–22 сент. – С. 2.
- Белобородов, А. Идеология лицемерия / А. Белобородов // Саратовский взгляд. – 2010. – 2–8 дек. – С. 5.
- Белобородов, А. Премьерное поведение / А. Белобородов // Саратовский взгляд. – 2011. – 20–26 янв. – С. 3.
- Беляева, И. Феномен речевой манипуляции: лингвоюридические аспекты : автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / И. Беляева. – Ростов н/Д, 2009. – 48 с.
- Боришполец, К. П. Методы политических исследований : учеб. пособие для студентов вузов / К. П. Боришполец. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 221 с.
- Вилков, А. Обзор современной российской научной литературы по проблемам имиджевых информационно-коммуникационных технологий / А. Вилков // Пресс-служба. – 2007. (нояб.). – С. 76–83.
- Грачев, Г. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия / Г. Грачев, И. Мельник. – М. : Ин-т философии РАН, 1999. – 235 с.
- Данилова, А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации / А. А. Данилова. – М. : Добросвет : КДУ, 2009. – 234 с.
- Добросклонская, Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиаречи / Т. Г. Добросклонская. – 3-е изд. – М. : URSS : КРАСАНД, 2010. – 288 с.
- Зверев, А. Манипуляционное управление СМИ политическим массовым сознанием в современной России / А. Зверев // Актуальные проблемы современной политической психологии. – М. : Изд-во МГУ, 2010. – С. 77–89.
- Зернаков, А. Горе побежденным / А. Зернаков // Саратовский взгляд. – 2011. – 20–26 янв. – С. 5.
- Зернаков, А. Левый ход / А. Зернаков // Саратовский взгляд. – 2011. – 13–19 янв. – С. 3.
- Зернаков, А. Несекретная энергия / А. Зернаков, К. Халин // Саратовский взгляд. – 2010. – 2–8 дек. – С. 12.
- Зернаков, А. Обуза партии / А. Зернаков // Саратовский взгляд. – 2010. – 28 окт. – 3 нояб. – С. 15.
- Зернаков, А. Сам себе закон / А. Зернаков // Саратовский взгляд. – 2010. – 25 нояб. – 1 дек. – С. 5.
- Зернаков, А. Слово губернатора / А. Зернаков // Саратовский взгляд. – 2010. – 21–27 окт. – С. 15.
- Казаков, А. Манипулятивная составляющая деятельности печатных СМИ в период избирательных кампаний / А. Казаков // Избирательные процессы в современной России: теория и практика. – Саратов : Изд-во Саратов. гос. ун-та, 2008. – С. 148–151.
- Константинов, Е. Франшиза Аксененко / Е. Константинов // Саратовский взгляд. – 2010. – 19–25 авг. – С. 16.
- Мартынова, Ю. Анализ коммуникативных стратегий в общественно-политическом дискурсе / Ю. Мартынова // Известия Саратов. ун-та. Серия «Социология. Политология». – Вып. 2. – 2009. – Т. 9. – С. 96–101.
- Мартынова, Ю. Комбинирование различных подходов при эмпирическом исследовании политического дискурса / Ю. Мартынова // Политико-правовые проблемы взаимодействия власти и бизнеса в условиях кризиса. – Саратов : Изд-во Саратов. гос. ун-та, 2009. – С. 212–215.
- Неверов, Р. Бедные люди / Р. Неверов // Саратовский взгляд. – 2010. – 25 нояб. – 1 дек. – С. 17.
- Неверов, Р. Недетский сад / Р. Неверов // Саратовский взгляд. – 2010. – 28 окт. – 3 нояб. – С. 14.
- Неверов, Р. Освоение острова / Р. Неверов // Саратовский взгляд. – 2010. – 30 сент. – 6 окт. – С. 5.
- Неверов, Р. Плохо забытое старое / Р. Неверов // Саратовский взгляд. – 2010. – 2–8 сент. – С. 2.
- Операции информационно-психологической войны: методы, средства, технологии : краткий энцикл. слов. / В. Б. Вепринцев, А. В. Манойло, А. И. Петренко, Д. Б. Фролов. – М. : Горячая линия – Телеком, 2003. – 312 с.
- Почепцов, Г. Информационно-политические технологии / Г. Почепцов. – М. : Центр, 2003. – 336 с.

29. Соколов, А. Кадры решают все // Саратовский взгляд. – 2010. – 30 дек. – С. 2.
30. Федоров, В. Подайте на... / В. Федоров // Саратовский взгляд. – 2010. – 4–10 нояб. – С. 3.
31. Федоров, В., Соколов А. Праздник послушания / В. Федоров, А. Соколов // Саратовский взгляд. – 2010. – 23–29 сент. – С. 14.
32. Федоров, В. Топ-лист третьего созыва / В. Федоров // Саратовский взгляд. – 2010. – 18–24 нояб. – С. 15.
33. Ференец, Е. Десять главных символов / Е. Ференец // Саратовский взгляд. – 2010. – 30 дек. – С. 6.
34. Ференец, Е. Защита «кандидатской» / Е. Ференец, В. Федоров // Саратовский взгляд. – 2010. – 30 сент. – 6 окт. – С. 3.
35. Ференец, Е. Игра в одни ворота / Е. Ференец // Саратовский взгляд. – 2010. – 23–29 дек. – С. 6.
36. Хлебников, М. Евростандарты / М. Хлебников // Саратовский взгляд. – 2010. – 12–18 авг. – С. 6.
37. Хлебников, М. Пора на свалку / М. Хлебников // Саратовский взгляд. – 2010. – 11–17 нояб. – С. 19.
38. Шевченко, А. Дискурс-анализ политических медиа-текстов / А. Шевченко // Полис. – 2002. – № 6. – С. 18–23.
39. Штерн, А. Забор для правосудия / А. Штерн // Саратовский взгляд. – 2010. – 9–15 сент. – С. 2.
40. Штерн, А. Хобби как трамплин для карьеры / А. Штерн // Саратовский взгляд. – 2010. – 9–15 сент. – С. 3.

**MEANS OF THE LINGUISTIC INFLUENCE OF MASS-MEDIA
ON THE POLITICAL CONSCIOUSNESS OF PEOPLE
(BASED ON THE MATERIALS OF REGIONAL PRESS)**

A. V. Rossoshansky

In this article the author offers a new classification of the information technologies affecting the mass consciousness through regional periodical press; he reveals the peculiarities of their application in the political process, gives an assessment to their functionality and efficiency. Special attention is paid to the analysis of the technological mass-media impact in the Saratov region.

Key words: *political consciousness, informational technologies, regional Mass Media, political struggle, information impact, argumentation.*