

Проблема языкового манипулирования сознанием в междисциплинарной парадигме гуманитарного знания

Т.Б. РАДБИЛЬ

**доктор филологических наук, профессор,
заведующий кафедрой теоретической и прикладной
ЛИНГВИСТИКИ**

Институт филологии и журналистики
Национальный исследовательский Нижегородский университет
им. Н.И. Лобачевского (г. Нижний Новгород, Россия)

Лингвистические предпосылки языкового манипулирования:

- принципиальное несоответствие между бесконечным множеством фактов действительности и широкими, но не безграничными возможностями языка, то есть конечным количеством языковых единиц, используемых для описания окружающего мира
- интерпретация реальных фактов адресантом речи, — с одной стороны, и его выбор языковых средств из конечного числа возможных для оформления сообщения, — с другой, неизбежно приводят к искажениям при передаче \ восприятии желаемых смыслов.

Коммуникативные предпосылки языкового манипулирования:

- вся информация об условиях ведения речи имплицитно заложена в речевой ситуации и самой речи, поэтому в определенном смысле в каждом коммуникативном акте существует возможность «статусного» давления, использования преимуществ «сильного» / «слабого», злоупотребления коммуникативной ролью активного / пассивного участника и т.д.

Языковое манипулирование

— это использование особенностей языка и принципов его употребления с целью скрытого воздействия на адресата в нужном для говорящего направлении; скрытого — значит неосознаваемого адресатом.

Иными словами, когда скрытые возможности языка используются говорящим для того, чтобы навязать слушающему определенное представление о действительности, отношение к ней, эмоциональную реакцию или намерение, не совпадающие с тем, какое слушающий мог бы сформировать самостоятельно, принято говорить о **власти языка, или языковом манипулировании.**

Языковые преобразования (А.Н. Баранов)

Языковые преобразования разного типа также могут использоваться для предвзятой интерпретации объективной реальности.

- **аннулирующее** преобразование «часто приводит к исключению из описания некоторой части положения дел». Иными словами, речь идет о полуправде или лжи, которая в манипулятивной коммуникации выдается за истину.
- Противоположно по форме, но сходно по сути **фигурирующее** преобразование, «вводящее в описание ситуации некоторых не содержащихся там изначально персонажей, события и/или предметов», как это сделано, например, в рекламе кофе «Carte Noire»: «— **Ты помнишь? Чудесное утро и кофе Carte Noire...**».
- Замена конкретных участников ситуации более обобщенными описаниями по принципу **индефинитизирующего** преобразования приводит к неопределенности интерпретации смысла сообщения. Часто вместо обобщенного описания используются просто непонятные псевдонаучные термины, затрудняющие понимание текста, но одновременно создающие ореол притягательной таинственности и возбуждающие любопытство адресата : «**В LG Express Cool использованы последние достижения современных технологий, таких, как «фадзи лоджик», интеллектуальное управление, автоматическое дезодорирование воздуха, специальные лампы с керамическим покрытием**».

Модальные преобразования

- Идеи гипотетичности, оценки, рефлексии появляются в сообщении благодаря *модальным* преобразованиям

Преследуя вполне определенные цели, говорящий пытается выдать гипотезу за истину / ложь (или, наоборот, истину / ложь — за гипотезу):

«Высочайшие технические достижения Whirlpool подтверждаются тестами исследовательских институтов — таких, как СТNN (Франция), ВAM (Германия), Hohenstein (Германия)».

- В дополнение к этому используются ссылки на чей-либо авторитет или указание серьезного источника информации, способствующего приданию весомости сообщению и созданию псевдообъективной действительности.

Модальные преобразования

К разновидности модальных преобразований относятся *эпистемические преобразования*, связанные с манипуляцией в сфере *истина / ложь*. Слова и выражения с эксплицитными показателями истинности в ассертивном компоненте семантики выступают в реальной речевой практике, скорее, как средства уклонения от истинности.

- *Доподлинно известно, что до двухсот лет мы все могли бы доживать, но мы все делаем для того, чтобы этого не случилось.*

— Обратим внимание на то, как маркер безусловной «доподлинной известности» всем и каждому, так сказать, «по умолчанию» интерпретирует в ключе некой общечеловеческой истины довольно спорное, если не сказать — крайне сомнительное суждение.

НАВЕДЕНИЕ ЛОЖНОЙ ПРЕСУППОЗИЦИИ

Данный прием эксплуатирует свойство большинства высказываний на естественном языке, состоящее в том, что наряду с ассертивным они включают так называемый презумптивный компонент, или пресуппозицию, т. е. суждение, которое должно признаваться истинным как автором высказывания, так и его адресатом, для того чтобы высказывание вообще имело смысл.

Рассматриваемый прием заключается в том, что идея, которую надо внушить публике, подается под видом пресуппозиции. Так, задавая вопрос: *В чем, по-вашему, причины снижения жизненного уровня в стране?* — репортер заставляет респондентов, как бы они на этот вопрос ни ответили, признать истинность пресуппозиции 'жизненный уровень снизился'.

ПОДВЕДЕНИЕ К ЛОЖНОМУ УМОЗАКЛЮЧЕНИЮ / НАВЕДЕНИЕ ЛОЖНОЙ ИНФЕРЕНЦИИ

Под **инференцией** понимается нестрогое умозаключение, которое сам адресат, по замыслу автора, должен вывести самостоятельно, опираясь на знания о мире, культурный фон, законы логики и пр.

Например, говоря: *Вот вы защищаете евреев и не думаете о том, что в стране назревает экологическая катастрофа*, — автор высказывания подводил читателя к мысли 'в экологической катастрофе виноваты евреи'.

