

Дискурсивный механизм осуществления манипулятивного воздействия в англоязычных СМИ

Вера Л. Соколова

*Московский государственный лингвистический университет,
Москва, Россия, sokolova_mglu@mail.ru*

Аннотация. В статье рассматриваются некоторые способы осуществления манипулятивного воздействия на аудиторию в англоязычных СМИ, в основе которых лежит выявленный автором механизм дискурсивного программирования. В соответствии с данным механизмом, одни элементы дискурса предопределяют («программируют») другие. На основании механизма дискурсивного программирования в рассмотренном материале выявляется два основных способа осуществления манипулятивного воздействия на аудиторию: удержание ее внимания и создание дискурсивного эффекта, продвигающего определенную точку зрения. Дискурсивное программирование с целью удержания внимания аудитории осуществляется через постепенное заполнение слотов активированного ранее фрейма (например, YOUNG VICTIM OF VIOLENCE). Другой способ осуществления манипулятивного воздействия реализуется через создание дискурсивного эффекта, который автор в своих предыдущих работах называет лакриматорным и который с одной стороны, основан на дискурсивном программировании фреймов культурных концептов, порождающих эмпатию со стороны читателя (например, CHILD или SOMEONE HELPLESS), а с другой стороны, фрейма TRAGIC EVENT, объединенного с «эмпатическими» фреймами общими терминалами. В результате исследования делается предположение, что выявленные в дискурсе англоязычных СМИ способы осуществления манипулятивного воздействия на аудиторию являются взаимно дополняющими.

Ключевые слова: манипулятивное воздействие в СМИ, дискурсивное программирование, удержание внимания аудитории, дискурс СМИ, эмпатия

Для цитирования: Соколова В.Л. Дискурсивный механизм осуществления манипулятивного воздействия в англоязычных СМИ // Вестник РГГУ. Серия: «Литературоведение. Языкознание. Культурология». 2025. № 3. С. 203–209. DOI: 10.28995/2686-7249-2025-3-203-209

Discursive mechanism of manipulation in English mass media sources

Vera L. Sokolova

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia;

sokolova_mglu@mail.ru

Abstract. The article addresses some of the manipulation strategies used in English mass media sources, based on the mechanism of discursive programming identified by the author earlier in her research. According to the above mechanism, some elements of discourse predetermine (“program”) others. On the basis of the mechanism of discursive programming in the considered material two main ways of realization of manipulative influence on the audience are revealed: holding its attention and creating a discursive effect promoting a certain point of view. The discursive programming aimed at holding the audience’s attention is implemented by gradually filling the slots of an already activated frame (e. g., YOUNG VICTIM OF VIOLENCE). The other manipulation strategy involves the creation of a discursive effect that the author in her previous works calls lacrimatory. The latter is based on the discursive programming of cultural concepts evoking the empathy of the audience (e. g., CHILD or SOMEONE HELPLESS) on the one hand and the frame TRAGIC EVENT – on the other, with the ‘empathic’ and the ‘tragic’ frames sharing the same terminals. The author believes that the above manipulation strategies in English mass media discourse are mutually complementary.

Keywords: manipulation in mass media, discursive programming, holding the attention of the audience, mass media discourse, empathy

For citation: Sokolova, V.L. (2025), “Discursive mechanism of manipulation in English mass media sources”, *RSUH/RGGU Bulletin. “Literary Theory. Linguistics. Cultural Studies” Series*, no. 3, pp. 203–209, DOI: 10.28995/2686-7249-2025-3-203-209

В настоящее время проблема манипулятивного воздействия на аудиторию СМИ представляется актуальной в связи с тем, что большинство современных источников СМИ имеют тенденцию к представлению информации с определенной точки зрения, разделяемой их редакционными коллегами. Это подтверждается исследованиями языковых и речевых параметров манипуляции в СМИ [Навасартян 2017], средств речевого воздействия в языке СМИ [Глинчевский 2005], технологии речевой манипуляции в политическом дискурсе СМИ [Никитина 2006]. Несомненно, англоязычные источники не являются исключением, что следует из работ, посвященных манипуляции в англоязычном дискурсе (например, исследования неологизмов в англоязычных СМИ как средства манипуляции общественным сознанием [Бондаренко 2023]), однако, возможно, используемые ими дискурсивные механизмы воздействия на аудиторию могут отличаться от дискурсивных механизмов манипулятивного воздействия в изданиях на других языках.

В своем исследовании мы разделяем понимание манипуляции, представленное в работе А.В. Бондаренко как «такое воздействие на человека, при котором изменяется его восприятие или поведение в интересах манипулятора» [Бондаренко 2023, с. 10]. В рамках данного лингвистического исследования мы рассматри-

ваем манипуляцию как возможное воздействие на адресата с помощью языковых средств. Выбор же этих языковых средств манипулятивного воздействия на аудиторию определяется, по нашему мнению, реализацией дискурсивного механизма, который мы предлагаем назвать механизмом дискурсивного программирования [Соколова 2021a].

По нашим наблюдениям, в основе рассматриваемого механизма организации дискурса лежит принцип предопределения («программирования») одного элемента дискурса другими: наличие вопроса предопределяет наличие ответа; наличие первых элементов устойчивого сочетания или высказывания предопределяет наличие последующих элементов. Например, начало обращения к аудитории *Ladies and...* «программирует» продолжение – *Gentlemen (Ladies and Gentlemen)*, а начало устойчивого сочетания *It is not brain...* «программирует» лексическую единицу *surgery (It is not brain surgery)*.

Мы полагаем, что концептуальная структура дискурсивного программирования характеризуется фреймовой организацией, в соответствии с которой программирующий фрейм активирует программируемый фрейм через один или несколько его терминалов.

Применительно к манипулятивному потенциалу дискурсивного программирования в англоязычных СМИ в данной статье хотелось бы остановиться на двух способах осуществления манипулятивного воздействия на аудиторию: через удержание внимания читателей или слушателей и через создание дискурсивного эффекта, продвигающего определенную точку зрения.

Полагаем, что дискурсивное программирование с целью удержания внимания аудитории основано на установлении ее дискурсивных антиципаций с помощью фактов, которые позволяют сделать предположение («дискурсивно программируют»), но окончательно не раскрывают потенциально интересную для аудитории информацию. Отметим, что упреждающий характер внимания подчеркивали как отечественные [Зимняя 2001], так и зарубежные [Neisser 1975] ученые.

В материале исследования дискурсивное программирование с целью удержания внимания аудитории реализуется через постепенное заполнение слотов фрейма, активированного в начале статьи. Таким образом, постепенный сбор недостающей информации (заполнение незаполненных слотов фрейма) удерживает внимание читателя на протяжении всей публикации. Например, в статье *War's toll on education in Gaza casts shadow over children's future* (The Guardian, 18 December 2023) имеет место постепенное заполнение слотов фрейма YOUNG VICTIM OF VIOLENCE, активированного в заголовке статьи через его терминалы *child* и *having an uncertain future because of the war*. Как следует из фразы *"The 14-year-old has his heart set on a competitive scholarship and has studied through wars before"*, первым заполняется слот *age* – 14 years old, а сразу за ним – слот *dream* – unfulfilled. Впоследствии заполняются такие слоты как *friends and connections* – they have fled Gaza City, *traumatic events* – the family and friends are killed, injured or missing, *emotions* – weeping, feeling unbearable (*"He had wept when he heard about the deaths. Like many other children in Gaza, his dreams now have collapsed into hoping the bombs will stop. When the bombing started again [...], it felt unbearable. He had wept when he heard about the deaths."*). При этом заполняемые слоты могут быть отделены друг от друга дополнительной информацией: в данном случае о положении мирного населения в секторе Газа. Такая задержка в заполнении слотов

представляется неслучайной, поскольку она удерживает внимание аудитории до тех пор, пока слоты не заполнятся.

Второй способ осуществления манипулятивного воздействия на аудиторию с использованием механизма дискурсивного программирования основан на создании дискурсивного эффекта, продвигающего определенную точку зрения. В данном исследовании в качестве такого дискурсивного эффекта был рассмотрен лакриматорный эффект, выявленный в наших предыдущих работах (например, в статье, посвященной созданию лакриматорного эффекта в художественных произведениях [Соколова 2021b]). Рассматриваемый дискурсивный эффект был назван нами лакриматорным (от лат. «слеза» – *lacrima*), хотя наличие лакримации не является неотъемлемой характеристикой этого эффекта. Наличие или отсутствие лакримации (т. е. слез) зависит от индивидуальных психоэмоциональных особенностей читателя, зрителя или слушателя. Полагаем, что в основе лакриматорного эффекта лежит неоправдание эмоциональных антиципаций реципиента, которое часто связано с его состоянием аффекта, стресса или фрустрации. Именно эта характеристика – неоправдание ожиданий реципиента – и объединяет лакриматорный эффект с его дискурсивной противоположностью – юмористическим эффектом, также основанным на обмане установленных ранее ожиданий, наличие которого подчеркивается в ряде исследований, посвященных созданию юмористического эффекта [Martin, Ford 2018].

Представляется, что созданию лакриматорного эффекта способствует формирование эмпатического отношения аудитории к объекту повествования и установление у нее соответствующих позитивных дискурсивных антиципаций относительно объекта повествования в сочетании с последующим неоправданием этих дискурсивных антиципаций путем дискурсивного программирования фрейма TRAGIC EVENT. Это неоправдание ожиданий и иногда сопутствующая ему лакримация приводит сначала к переживанию аффекта, а потом к катартическому облегчению, которое может переживать читатель или зритель. Именно наличие этой катартической фазы восприятия и является обязательным для констатации наличия лакриматорного эффекта, и именно катарсис может повысить эстетическое воздействие художественного произведения на читателя или зрителя. Тем не менее, в ряде случаев (например, в СМИ), лакриматорный эффект может создаваться с целью оказания манипулятивного воздействия на реципиента, когда эмоции сочувствия и жалости вызываются к тем участникам событий, которым сочувствует издание, публикующее данный материал.

Как следует из приведенного выше описания процессов, связанных с реализацией лакриматорного эффекта на дискурсивном уровне, эти процессы связаны сначала с дискурсивным программированием фреймов, порождающих эмпатию аудитории, а затем – с дискурсивным программированием трагического события, которое должно произойти с этими участниками событий.

В рассмотренных материалах СМИ на первом этапе создания лакриматорного эффекта реализовывалось дискурсивное программирование таких фреймов, как LOVE, TALENT, SELFLESSNESS.

В статье *A painter, a poet, a novelist: the artists being killed in Gaza* (The Guardian, 13 November 2023) фрейм TALENT реализуется через терминал *characteristics of paintings* – *vibrant paintings*: *“Her vibrant paintings of Jerusalem’s holy sites and Palestinian women wearing traditional embroidered dresses were a way to send a message to the*

'outside world' ". Кроме того, статья дополняется полимодальными компонентами в виде изображений картин погибшей художницы, которые также реализуют фрейм TALENT.

Отметим также, что поэтапное заполнение слотов фрейма TALENT для создания эмпатического отношения аудитории одновременно выполняет функцию удержания внимания аудитории, и таким образом оба отмечаемых нами способа осуществления манипулятивного воздействия на аудиторию реализуются одновременно.

Среди фреймов, формирующих эмпатическое отношение аудитории к объекту повествования, фреймы культурных концептов, «по умолчанию» порождающих эмпатию аудитории, (например, CHILD или SOMEONE HELPLESS) занимают особое место: в 60% рассмотренных нами англоязычных материалов, посвященных палестино-израильскому конфликту, для создания эмпатического отношения аудитории к действующим лицам описываемых событий реализовывался фрейм CHILD, создающий положительные дискурсивные антиципации аудитории по отношению к ребенку или детям, оправданию которых впоследствии препятствовало разворачивание фрейма TRAGIC EVENT.

Дискурсивное программирование фрейма TRAGIC EVENT осуществлялось преимущественно через такие терминалы, как *death* and *injury*. Например, в статье про палестинскую художницу фрейм TRAGIC EVENT дискурсивно программируется через терминал *to be killed*: "*Two weeks later, the 39-year-old was killed with two of her children, Adam and Mahmoud, in an Israeli air strike...*" (*A painter, a poet, a novelist: the artists being killed in Gaza*, The Guardian, 13 November 2023).

Полагаем, что манипулятивное воздействие на аудиторию в рассмотренных материалах англоязычных СМИ осуществляется в ходе взаимодействия фрейма TRAGIC EVENT с фреймом EMPATHY, в пять этапов: 1) на первом этапе дискурсивно программируется фрейм EMPATHY с его терминалом *object of empathy*; 2) на втором этапе (хронологически это может быть одновременно с фреймом EMPATHY или даже раньше него) дискурсивно программируется фрейм TRAGIC EVENT, который имеет с фреймом EMPATHY общий терминал – *object of empathy*; 3) на третьем этапе терминал *object of empathy*, являясь общим терминалом двух фреймов EMPATHY и TRAGIC EVENT, обретает новые свойства и преобразуется в *tragic object of empathy*; 4) на четвертом этапе, действуя как самостоятельный фрейм, TRAGIC OBJECT OF EMPATHY дискурсивно программирует фрейм SYMPATHY (который первоначально являлся его терминалом); 5) на пятом этапе фрейм SYMPATHY дискурсивно программирует фрейм SHARING VALUES, который в контексте статьи может проецироваться не только на объект эмпатии, но и на другие события и мнения, высказываемые в статье, что и является целью манипулятивного воздействия. Таким образом, сочувствие, вызванное автором статьи у читателя применительно к палестинскому ребенку, экстраполируется на других палестинских детей, заставляя читателя сочувствовать именно одной из сторон вооруженного конфликта, не вызывая эмпатического отношения к другой стороне.

Подводя итог, отметим, что проведенное исследование позволяет нам сделать следующие выводы относительно способов осуществления манипулятивного воздействия в англоязычных СМИ:

1. Представляется, что можно выделить два способа осуществления манипулятивного воздействия, основанные на механизме дискурсивного программиро-

вания, предполагающем взаимную обусловленность реализации компонентов дискурса.

2. Дискурсивное программирование в целях осуществления манипулятивного воздействия может осуществляться через удержание внимания аудитории в ходе постепенного заполнения слотов фрейма, активированного в начале статьи.

3. Дискурсивное программирование в целях осуществления манипулятивного воздействия может осуществляться через создание дискурсивного эффекта, в частности, лакриматорного, являющегося противоположностью юмористическому, продвигающего определенную точку зрения и одновременно дискурсивно программирующего фреймы EMPATHY и TRAGIC EVENT.

4. Рассмотренные в статье способы манипулятивного воздействия могут быть реализованными одновременно и взаимно дополнять друг друга в процессе формирования читательского отношения к событиям, описываемым в материалах англоязычных СМИ.

Литература

- Бондаренко 2023 – *Бондаренко А.В.* Неологизмы в англоязычных СМИ как средство манипуляции общественным сознанием // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 7 (875). С. 9–15.
- Глинчевский 2005 – *Глинчевский Э.И.* Средства речевого воздействия в языке СМИ // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2005. № 4. С. 18–27.
- Зимняя 2001 – *Зимняя И.А.* Лингвопсихология речевой деятельности. Воронеж: НПО Модэк, 2001. 428 с.
- Навасартян 2017 – *Навасартян Л.Г.* Языковые средства и речевые приемы манипуляции информацией в СМИ: на материале российских газет: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского. Саратов, 2017. 22 с.
- Никитина 2006 – *Никитина К.В.* Технологии речевой манипуляции в политическом дискурсе СМИ: на материале газет США: Дис. ... канд. филол. наук, Башкирский государственный университет. Уфа, 2006. 197 с.
- Соколова 2021a – *Соколова В.Л.* Механизм дискурсивного программирования и его лингвокультурный потенциал в англоязычном дискурсе СМИ // Язык. Культура. Общество: Актуальные вопросы, методы исследования и проблемы преподавания: Сб. научных статей. М., 2021. С. 136–146.
- Соколова 2021b – *Соколова В.Л.* Психоэмоциональные основания и дискурсивные средства создания лакриматорного эффекта в англоязычных художественных произведениях // Язык, коммуникация и социальная среда. 2021. № 19. С. 55–66.
- Martin, Ford 2018 – *Martin R., Ford T.* The psychology of humor. An integrative approach. Cambridge: Elsevier Academic Press, 2018. 472 p.
- Neisser 1975 – *Neisser U.G.* Perceiving, anticipating, and imagining // Perception and Cognition: Issues in the Foundations of Psychology. 1975. No. 9. P. 89–105.

References

- Bondarenko, A.V. (2023), "Neologisms in English-language mass media as a means of manipulating the public opinion", *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki*, vol. 875, no. 7, pp. 9–15.

- Glinchevskii, E.I. (2005), "Means of verbal influence in the language of mass media", *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 19. Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya*, no. 4, pp. 18–27.
- Martin, R. and Ford, T. (2018), *The psychology of humor. An integrative approach*, Elsevier Academic Press, Cambridge, USA.
- Navasartyan, L.G. (2017), *Yazykovye sredstva i rechevye priemy manipulyatsii informatsiei v SMI: na materiale rossiiskikh gazet* [Language means and verbal strategies of information manipulation in mass media sources. Based on Russian newspapers], Abstract of Ph.D. dissertation (Philology), Saratovskii natsional'nyi issledovatel'skii gosudarstvennyi universitet imeni N.G. Chernyshevskogo, Saratov, Russia.
- Neisser, U.G. (1975), "Perceiving, anticipating, and imagining", *Perception and Cognition: Issues in the Foundations of Psychology*, no. 9, pp. 89–105.
- Nikitina, K.V. (2006), *Tekhnologii rechevoi manipulyatsii v politicheskom disкурse SMI: na materiale gazet SShA* [Technologies of verbal manipulation in mass media political discourse: based on US newspapers], Ph.D. Thesis (Philology), Bashkirskii gosudarstvennyi universitet, Ufa, Russia.
- Sokolova, V.L. (2021), "The mechanism of discursive programming and its linguocultural potential in English language mass media discourse", *Yazyk. Kul'tura. Obshchestvo: Aktual'nye voprosy, metody issledovaniya i problemy prepodavaniya: Sbornik nauchnykh statei* [Language. Culture. Society. Topical issues, research methods and problems of teaching. Collected articles], Moscow, Russia, 2021, pp. 136–146.
- Sokolova, V.L. (2021), "Psychoemotional foundations and discursive means of creating the lacrimatory effect in English language fiction", *Language, Communication and Social Environment*, no. 19, pp. 55–66.
- Zimnyaya, I.A. (2001), *Lingvopsikhologiya rechevoi deyatel'nosti* [Linguopsychology of speech activity], NPO Modek, Voronezh, Russia.

Информация об авторе

Вера Л. Соколова, кандидат филологических наук, доцент, Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия; 119034, Россия, Москва, ул. Остоженка, д. 38, стр. 1; sokolova_mglu@mail.ru

Information about the author

Vera L. Sokolova, Cand. of Sci. (Philology), associate professor, Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia; bldg. 1, bld. 38, Ostozhenka St., Moscow, Russia, 119034; sokolova_mglu@mail.ru