

ТАКТИКИ РЕЧЕВОГО МАНИПУЛИРОВАНИЯ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ САЙТА

Малюк Н.А.,

студентка 4 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Николаенко С.В., доктор пед. наук, профессор

Ключевые слова: манипулирование, речевое манипулирование, интернет-коммуникация.

В современном мире, как известно, особое место в жизни личности занимает интернет-коммуникация. Она примечательна, в первую очередь, тем, что в ее информационном пространстве задействованы различные типы манипуляции: манипуляция образом, эксплуатация личности адресата, манипуляция посредством аудиометрического канала и др. Одним из подобных видов манипуляции является речевое манипулирование. Новостные англоязычные сайты представляют собой яркий пример использования манипулятивных приемов для привлечения внимания аудитории и формирования ее восприятия происходящего.

Цель работы – анализ проявления речевого манипулирования в информационном пространстве англоязычного веб-сайта.

Материал и методы. Материалом для исследования послужили медиатексты, размещенные на англоязычных новостных сайтах BBC News, CNN International, Associated Press News, Euronews, Sky News за 2024 год. В работе использовались следующие методы исследования: описательный метод, метод обобщения, логико-интерпретационный метод, метод контекстного анализа.

Результаты и их обсуждение. Согласно мнению Е.Л. Доценко, манипуляция представляет собой вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возникновению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими интенциями [1, с. 59].

Существуют разные виды манипуляции в зависимости от научной сферы (в политологии рассматривается политическое манипулирование, в философии – социальное). Речевая манипуляция является самым распространенным из них ввиду частоты использования, так как язык является основным инструментом коммуникации. Г.А. Копнина предлагает следующее определение речевой манипуляции: речевая (языковая) манипуляция – разновидность манипулятивного воздействия, осуществляемого с помощью искусного применения определенных ресурсов языка с целью скрытого влияния на когнитивную и поведенческую деятельность адресата [2, с. 25]. Исследователем отмечается что, манипулирование связано с особой речевой организацией текста (техникой построения речи, риторическими приемами), восприятие которого приводит к добровольному принятию адресатом решения, выгодного манипулятору

[2, с. 28]. О.Л. Михалева, изучая политический дискурс, предлагает следующую классификацию манипулятивных стратегий: *стратегия на понижение, стратегия на повышение и стратегия нейтральности* [3].

Заглавие англоязычной статьи – первое, на что обращает внимание реципиент в коммуникативном пространстве сайта. Анализ практического материала демонстрирует, что в заголовках новостных текстов реализуются различные стратегии.

В рамках стратегии на повышение, направленной на создание положительного имиджа манипулятора и укрепление его позиции, популярна тактика представления адресантом себя как доверенного лица, с которым адресат может обсудить все, что угодно. Таким образом, в заголовках статей-рассуждений часто встречаются вопросные конструкции в качестве предложения читателю принять вызов и подискутировать на определенную тему:

Why sonic booms from the most powerful rocket ever built?

Greenland and the Panama Canal aren't for sale. Why is Trump threatening to take them?

What could shape the markets in 2025?

Тем не менее, вопрос может быть конкретным и предполагать определенный ответ:

People of the Year 2024: Who had the biggest impact on Culture?

Кроме того, чтобы завладеть вниманием адресата и убедить его в истинности сообщения, в заголовках зачастую используется тактика отвода критики. Она реализуется путем упоминания авторитетных источников или лексем, указывающих на официальный статус информации. Например, *The plane was carrying 67 people from Azerbaijan to southern Russia and crashed near the Kazakh city of Aktau. At least 29 people have survived, **authorities** say.* Заголовок статьи, включающий упоминание эксперта, специалиста или уполномоченного лица, также может привлечь внимание читателя, поскольку оно указывает на наличие авторитетного мнения по обсуждаемой проблеме. *4 lessons on faith and science **Dr. Francis Collins** learned during a long and storied career.*

Часто используется тактика презентации кого-либо в выгодном свете. Например, *Why 2024 was Prince William's 'annus horribilis' – From cancer battles to an ongoing family fallout, it was a testing year. But it also gave a telling glimpse into his approach to leadership.* В данном примере под заголовком было дано примечание, в некоторой степени раскрывающее тему статьи. В следующем предложении автор утверждает, что данные проблемы показали подход принца Уильяма к лидерству. Таким образом, адресант раскрывает некоторые аспекты личности принца Уильяма, подчеркивая его лидерские качества и способность сохранять хладнокровие в сложных ситуациях и тем самым формируя положительный образ обсуждаемой личности.

Стратегия нейтральности предполагает нейтральное отношение к адресату, но при этом сохраняет манипулятивный потенциал, скрывая истинные

намерения манипулятора. В ее рамках активно используется тактика кооперации, реализуемая в виде обращения напрямую к читателю: *Are **your** Christmas gifts ready? Here are where EU toys come from.* Тактика кооперация напрямую связана с тактикой апелляции к чувствам, подчеркивая, что к адресату обращаются не просто так, а учитывая его интересы, идеи и ценности: *Look closer at this image and **you'll see what AI can't.*** С развитием искусственного интеллекта и его внедрением в различные сферы человеческой деятельности возникает мнение о том, что при выполнении многих задач человек с большой вероятностью справится хуже. В данном примере автор подчеркивает исключительность реципиента, акцентируя внимание на его способности увидеть на изображении детали, недоступные искусственному интеллекту. Вместе с тем в рамках данных тактик часто используются местоимения *мы* и *наше* для того, чтобы показать близость освещаемой проблемы и причастность к ней каждого – в том числе и получателя сообщения: *Are **we** better prepared 20 years on from the Indian Ocean tsunami?*

Тактика побуждения является частым средством привлечения внимания реципиента: ***Watch:** The moment Azerbaijan Airlines plane crashed in Kazakhstan. **See** debut of 'Sichuan' warship.*

Анализ наглядного материала позволяет утверждать, что тактика информирования – передачи информации без имплицитных смыслов – также нередко используется в заглавиях на главных страницах сайтов: *Weather and airport delays disrupt American Christmas travel.* Вместе с тем, использование даже такой тактики, которая предполагает сообщение фактов и данных без выражения личного отношения адресанта, тоже может служить эффективным средством привлечения внимания получателя. Например, *Music producer **who worked with Ringo Starr, Barbra Streisand and Rod Stewart** dies.* В данном заголовке автор не называет имя обсуждаемой личности ввиду ее малой известности, но упоминает знаменитостей, с которыми продюсер работал, тем самым делая новость интересной и важной для определенной аудитории.

Стратегия на понижение направлена на дискредитацию и ослабление позиций оппонента. По нашим наблюдениям, в рамках данной стратегии популярной является тактика «анализ-минус», противоположная тактике «анализ-плюс». Она может реализовываться по-разному.

Blake Lively's claims put spotlight on 'hostile' Hollywood tactics. Прилагательное *hostile* «враждебный», *неблагоприятный* является цитированием самой личности, упомянутой в заглавии. Такой прием использован для того, чтобы показать, на чьей стороне находится автор. Помимо простого использования специфической лексики или цитирования, данная тактика также реализуется через использования второго предложения, в котором отмечаются мысли автора. Например, *'There were 458 workplace murders last year. **They've become disturbingly frequent**'.*

Тактика обвинения также активно используется в заглавиях новостных сайтов, особенно в статьях, тематикой которых являются новости общественности или политики.

Trump threatens to retake Panama Canal – and makes fresh call for US to buy Greenland. Стилистически окрашенная лексема *threaten* 'угрожать' указывает на то, что действия обсуждаемой личности, по мнению автора, не являются правильными.

Тактика безличного обвинения является не менее эффективным манипулятивным средством: *'NATO Santa' shot down over Moscow in apparent Russian propaganda video.* Тактика безличного обвинения реализована с помощью словосочетания *apparent propaganda video* 'явно пропагандистское видео', что указывает на уверенность отправителя в том, что сюжет для видеоматериала был выбран неслучайно, пусть и явных подтверждений нет. Более того, используется цитирование *'NATO Santa'*, чтобы убедить адресата в том, что все было сделано намеренно.

Заключение. В результате, были охарактеризованы различные способы речевого манипулирования в информационном пространстве известных новостных платформ *BBC News, CNN International, Associated Press News, Euronews, Sky News.* В коммуникативном пространстве сайта говорящий, наряду с арсеналом разнообразных лингвопрагматических средств, реализует различные коммуникативные стратегии (*на повышение, нейтральности, на понижение*), которые влекут за собой конкретные тактики речевого манипулирования (*неявной самопрезентации, отвода критики, презентации, «анализ-плюс»; кооперации, апелляции к чувствам, побуждения, информирования; «анализ-минус», обвинения и безличного обвинения*).

1. Доценко, Е.Л. Психология манипуляции / Е.Л. Доценко. – М. : ЧсРо, 1997. – 344 с.
2. Копнина, Г.А Речевое манипулирование : учеб. пособие / Г.А. Копнина. – М. : ФЛИНТА, 2012. – 170 с.
3. Михалева, О.Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия / О.Л. Михалева. – М. : ЛИБРОКОМ, 2009. – 256 с.

АЙКОНІМЫ ВІЦЕБСКА-МІНСКАГА ПАМЕЖЖА, ЯКІЯ ЎЗЫХОДЗЯЦЬ ДА НАЗВАЎ ПРАФЕСІЙ

Марчанка Д.Г.,

*магістрант ВДУ імя П.М. Машэрава, г. Віцебск, Рэспубліка Беларусь
Навуковы кіраўнік – Генкін У.М., канд. філал. навук, дацэнт*

Ключавыя словы: айканімія, айконім, тапонім, тапааснова, тапафармант, антрапонім.

Назвы населеных пунктаў (айконімы) – каштоўная крыніца для вывучэння гісторыі, мовы і культуры беларускага народа. Падчас аналізу