

**П.В. СЕРЕДА**  
(Краснодар)

## **МНОГОЗНАЧНОСТЬ КАК СРЕДСТВО МАНИПУЛЯТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

*Исследуется применение многозначности в политической коммуникации для манипулирования когнитивными эмоциями общественности. Объектом анализа выступают тексты современных российских СМИ и выступления политических деятелей.*

Ключевые слова: *политический дискурс, манипуляция, когнитивные эмоции, многозначность.*

Многозначность – свойство практически каждой единицы языка. Это делает данный лингвистический феномен не только объектом многих лингвистических исследований, но и эффективным приемом, применяемым политиками с целью манипулятивного воздействия.

Термин «многозначность» указывает на существование у некоторой единицы более одного значения. Многие ученые считают многозначность и полисемию явлениями одного порядка, однако делают следующее уточнение: «Под полисемией обычно понимают лишь лексическую многозначность, в то время как термин многозначность не содержит этого ограничения. Под полисемией также понимается чисто парадигматическое отношение: факт наличия у слова более одного значения; между тем многозначность может быть и сигматической: многозначностью может быть названа в том числе возможность одновременной реализации у той или иной языковой единицы двух (или более) значений» [6, с. 21].

Необходимо отметить, что манипулятивный характер воздействия может быть совершенно разным. Анализ текстов политического характера показывает, что решение автора при выборе тех или иных значений многозначного слова зависит именно от того, какой эмоциональный эффект произведет высказывание. Отметим, что говорящий выражает в речи разнообразные оценки, интерпретации пропозиционального содержания: модальные, эмоциональные, этические и другие, но прежде всего и обязательно – целевую (интенциональную) интерпретацию объективного содержания сообщаемого, что в единстве с этим содержанием формирует коммуникативное намерение, направленное говорящим на адресата [8, с. 75 – 80].

Особенность применения многозначности в рассматриваемых примерах определяется оппозицией «эксплицитность – имплицитность», т.е. принципом расширения области значения слова за пределы его «истинного», или «исходного», значения. Обращаясь к неявному смыслу слова, автор высказывания стремится создать в сознании адресата определенную коннотацию, под которой понимается «семантическая сущность, узуально или окказионально входящая в семантику языковых единиц и выражающая эмотивно-оценочное и стилистически маркированное отношение субъекта речи к действительности при ее обозначении в высказывании, которое получает на основе этой информации экспрессивный эффект» [10, с. 6]. Как экспрессивно маркированный компонент семантики коннотация является продуктом оценочного восприятия и отображения действительности в процессах номинации (Там же, с. 21). В политическом дискурсе к основному семантическому значению понятий и суждений часто добавляются дополнительные оттенки, служащие для выражения эмоционального или оценочного отношения говорящего к предмету речи.

При изучении многозначности текста как реализации стратегии понимания следует учитывать, что действие индивидуальной стратегии понимания обеспечивается ментальными и психологическими особенностями, присущими данному индивидууму, и наличием у него собственного запаса предварительных знаний. «Таким образом, многозначность – это “встреча” или “столкновение” двух сторон – автора и адресата, при этом третий полноправный участник коммуникации – текст также добавляет многозначности по указанным выше соображениям» [7, с. 88].

Характер манипуляции зависит не только от целей, поставленных адресантом, но и от политического образования, эмоционального и психического настроения адресата и др. Однако специалисты отмечают: «Парадоксальность социально-психологической и политической ситуации в российском обществе заключается в том, что политический выбор большинство населения в современных российских условиях не может осуществить на основе учета своих собственных интересов» [4, с. 9]. Именно поэтому значительная часть российского общества осуществляет свой выбор не на основании рациональной оценки программ определенных политических движений и их лидеров или их решений и деятельности, а на личном впечатлении, соотношении симпатий и антипатий, степени доверия к конкретным политическим фигурам и организациям (Там же).

Итак, первостепенная задача политика при ориентации на электорат – побуждение адресата к определенным когнитивным эмоциям. Под когнитивными эмоциями понимаются специфические переживания, возникающие у человека в процессе мыслительной деятельности. Зачастую воздействие строится в расчете на низменные влечения человека или его агрессивные побуждения, такие как стремление к чувственным удовольствиям, собственничество, враждебное отношение к не похожим на него, неустойчивость перед искушениями власти, денег, славы, роскоши и т. п. Известно, что манипуляторы, как правило, эксплуатируют влечения, которые должны действовать безотказно: потребность в безопасности, пище, чувстве общности и т. п. [5, с. 114].

С точки зрения интенциональности можно выделить два основных типа манипулятивности политических высказываний: ориентированные на электорат (цель которых – вызвать необходимые когнитивные эмоции у общественности, призвать людей к обработке информации в нужном русле) и политических оппонентов (компрометация, обвинение, разоблачение). В данной работе анализируются политические высказывания, направленные на широкий круг общественности.

В процессе политической коммуникации адресант чаще всего апеллирует к *недоверию* (сомнению в достоверности, правдивости чего-либо), *гневу* (крайнему недовольству, негодованию, возмущению), *уверенности* (твердой вере во что-либо, отсутствию сомнения). Обращение политика к этим эмоциям связано не только с тем, что они «возникают в ходе мыслительной деятельности, но и направляются на нее, оценивают ее успешность и неуспешность с точки зрения мотивов мыслительной деятельности и на основании этой оценки активно воздействуют на ход мыслительного процесса» [1, с. 153], что в конечном счете и является одной из основных задач манипуляции сознанием.

Рассмотрим эмоцию *недоверия*. Автору высказывания необходимо спровоцировать неуверенность в истинности чего-либо, вызвать сомнение в чем-либо (ком-либо), а также мысль о возможном несоответствии чего-либо действительности. Существует множество способов использования многозначности лексических единиц, с помощью которых адресант может вызвать именно эту эмоцию у адресата. Одним из таких приемов может быть *скрытое обвинение* или *косвенное порицание*. Особенно часто это выражается в использовании значений, несущих криминальный или жаргонный оттенок. Таким образом автор побуждает адресата испытать сомнение в порядочности описываемого им лица или производимых им действий.

Рассмотрим высказывание *Провалив дела пяти вице-губернаторов, нескольких депутатов городского Законодательного собрания и еще большего числа питерских авторитетов, Сыдорук превратился в общегородское посмешище* (Вслух о... 2003. 6 сент.). Обращаясь к существующим определениям лексической единицы *авторитет*, мы обнаруживаем следующие варианты: 1) тот, кто пользуется всеобщим признанием, доверием, уважением; 2) влияние кого-либо или чего-либо; 3) член преступной группировки, обладающий властью среди криминалитета. В данном случае автор высказывания намеренно совершает замену первого значения на третье, косвенно обвиняя правительство в причастности к криминальной деятельности. Сюда же можно отнести следующие высказывания: *Есть только два пути: ассимиляция или собственная крыша в виде суверенного государства* (Лебедь (Бостон). 2003. 28 дек.); *Московский «накат» на самарского губернатора?* Независимая газета. 2000. 1 дек.); *Почему*

Лубянка *«отработала»* консула (Независимая газета. 2009. 23 окт.); *Мошенники и воры тоже, конечно, интересный народ, но ненадежный: опер нажмет, расколется* (Известия. 2001. 9 окт.). Авторы текстов прибегают к разговорно-сниженным значениям лексем для передачи оттенков *иронии, сарказма* или *гиперболы*, вызывая у адресата недоверие, заставляя его сомневаться в серьезности или даже правдивости чего-либо.

Во фразе *Если бы сорокинская ярмарка, она же балаган, была им неинтересна, уверяю вас, на второй день все разговоры о случившемся затихли бы сами собой* (Известия. 2002. 31 июля.) слово *балаган* выступает в переносном разговорном значении – ‘шутовство, кривляние’. Это создает уничижительную коннотацию и содержит импликацию иллюзорности происходящего, отстраненности автора. Такого же эффекта адресат пытается добиться и в следующих высказываниях: *Формирование органов местного самоуправления в закрытых военных городках законодательно не предусмотрено, хотя вся эта армия организовано пойдет голосовать и более того – способна оказать решающее влияние на результаты выборов* (Время МН. 2003. 1 авг.); *Наше правительство – боже упаси, никакая не банда, но все-таки похоже на настоящих джазменов* (Известия. 2003. 9 янв.); *Лукашенко поручил своему правительству в первом квартале направить России «предложения по оплате всех услуг, которые они получали здесь бесплатно, начиная от военных объектов и заканчивая транзитом». Россия в лице вице-преьера министра обороны Сергея Иванова сразу отреагировала на пассаж Минска* (Независимая газета. 2007. 10 янв.).

Гнев – одна из важнейших человеческих эмоций. Его оттенки разнообразны: сюда относится вся гамма чувств от неодобрения, возмущения, недовольства до негодования, ярости, бешенства. Эмоциональное состояние гнева может испытывать любой здоровый человек, поскольку это свойство организма реагировать изменением структур и функций на сдвиги различных факторов внешней и внутренней среды. Обычно гнев – кратковременная, но предельно бурная, яркая эмоциональная вспышка, ведущая к аффектам. Причина гнева всегда личностно значима для говорящего, ведь человек испытывает гнев, воспринимая определенное положение вещей, оценивая его как неприемлемое для себя [11, с. 34 – 37]. Эту эмоцию адресант может вызвать, используя прием *резкого осуждения* или подбирая значения, несущие острую отрицательную окраску, создавая негативную коннотацию. Рассмотрим высказывание *Ты же знаешь, я не говорю слова «банда у власти!»* (Завтра. 2003. 16 марта). В данном случае автор переносит значение лексемы *банда* (‘группа людей, объединившихся для преступной деятельности’) на правительство (‘группа людей осуществляющих непосредственное управление государством’). Таким образом, очевидно присутствие в высказывании резкого осуждения властей или сомнения в законности их действий. Негативная коннотация присутствует и в следующих примерах: *К тому же их, законов, так много, да и не действуют они. Сплошной брак гоните, господ думцы. Возьмите на вооружение советский лозунг: «Лучше меньше, да лучше!»* (Советская Россия. 2003. 1 сент.); *Но как можно усилить государство и государственную власть, если она вся насквозь, сверху донизу коррупционно прогнила?* (Независимая газета. 1999. 25 февр.); *И тут же самая тиражная газета области делает вывод: столичные грязные технологии экономической и политической борьбы кто-то пытается насильно внедрить в провинции, в том числе и в Самарской области* (Независимая газета. 2000. 12 янв.); *Тут же начинаются разговоры о приезжих, которые по большей части хищники, воры и преступники* (Известия. 2002. 12 апр.).

Еще одна когнитивная эмоция, которую нередко пытаются вызвать у адресата политики – *уверенность*. Конструкт «уверенность» интерпретируется как психологическая характеристика, отражающая отношение субъекта к неопределенности [2, с. 11]. Неопределенность, в свою очередь может рассматриваться как проявление страха, это феномены одной природы, но разной степени выраженности. Для устранения неуверенности необходимо активизировать процессы возбуждения и снять тревожность. Человек твердо уверен тогда, когда он хорошо, на его взгляд, знает большую часть поля своего взаимодействия со средой, и это поле, по его мнению, не изменится (Там же, с. 12 – 14). В связи с этим политическому деятелю необходимо внушить спокойствие, заверить в безопасности, указать на

правильность своих действий и решений. Высказывания такого типа не должны вызывать чьего-либо несогласия или возражения, располагать к полемике или содержать что-либо, предполагающее альтернативные ценности. Они, как правило, характерны для политической коммуникации в период предвыборной кампании. Вслед за Т.М. Голубевой мы понимаем термин «предвыборный дискурс» как сложное коммуникативное явление, текущую речевую деятельность, локализацией которой выступает пространство и время избирательной кампании, и возникающие в результате этой деятельности речевые произведения, взятые во взаимодействии экстралингвистических факторов, представляющих собой так называемый социокультурный контекст коммуникации [3, с. 46]. Автор отмечает, что, «как и обычная реклама, политическая предвыборная агитация должна привлечь внимание адресата, пробудить интерес к предмету разговора, возбудить желание видеть “рекламируемого” кандидата на определенном политическом посту и побудить к действию – голосование за данное лицо или политическое объединение» (Там же, с. 47).

В ходе предвыборных кампаний подобные высказывания особенно ярко проявляются в агитационно-пропагандистском жанре (листовках, плакатах, предвыборных выступлениях). Листовку мы рассматриваем как материальное воплощение лозунгового содержания. В ней политик или политическая партия может кратко выразить основную мысль, заложенную в программу, и обозначить линию предвыборной кампании. Не менее значимы предвыборные выступления и теледебаты, поскольку именно на них современные политики делают основную ставку.

Исследователи отмечают, что стратегии убеждения в своем речевом поведении используют политики, нацеленные на конструктивное общение с избирателями, журналистами, на цивилизованный диалог с политическими оппонентами [9, с. 175]. Выделим несколько приемов для формирования у избирателя чувства уверенности:

метод «чувственного разговора» для активизации процессов возбуждения и снятия тревожности: *Будем работать, в том числе с выездом на место, чтобы лучшее представление иметь о текущих возможностях и чтобы местным властям было **веселее*** (Д.А. Медведев. 2009. 22 июл.); *Работая в сфере предоставления коммунальных услуг, не понаслышке знаю о тех проблемах и трудностях, которые **ложатся на плечи** населения. Особенно **тяжким бичом** стали растущие цены на жилищно-коммунальные услуги, а также социально-бытовые трудности. Чтобы облегчить жизнь каменчан, помочь им справиться с возникшими трудностями я решил выдвинуть свою кандидатуру в депутаты городской думы* (из календаря кандидата в депутаты городской думы г. Каменск-Шахтинского С. Цепляева, 2010);

манипуляция математическими, научными и узкопрофильными терминами для создания эффекта устойчивой политической и социально-экономической среды: *Президент поставил перед нами **масштабные и ответственные задачи**. И прямая обязанность Правительства с самого начала отстроить **алгоритм** их решения, обозначив соответствующую **систему координат**, которая позволит оценить результативность осуществления каждого этапа работ* (Д.А. Медведев. 2005. 29 нояб.); *Я бы, кстати, по этому поводу добавил в отношении одного из законов, который сегодня проходит свою **огранку** в Государственной Думе и перейдет из ушедшей Государственной Думы в новую Государственную Думу, – закона об опеке и попечительстве* (Д.А. Медведев, 2007. 25 нояб.).

Результаты анализа позволяют прийти к следующему выводу: идеологическая установка политика, безусловно, определяет способ отбора речевых средств для репрезентации мировоззренческих позиций, однако не является единственным фактором, влияющим на составлении текстов политической направленности. Говорящий часто выражает разнообразные оценки, интерпретации, суждения. Авторы политических текстов пытаются обратиться к присущим определенному кругу лиц ментальным и психологическим особенностям, к запасу их предварительных знаний. Такой прием помогает политикам заставить адресата (в данном случае электорат) обрабатывать информацию в нужном русле, что в свою очередь вызывает необходимые когнитивные эмоции.

### Литература

1. Васильев И.А. Теоретическое и экспериментальное изучение интеллектуальных эмоций : автореф. дис. ... канд. наук. М., 1976.
2. Головина Е.В. Структура уверенности и когнитивные стили : дис. ... канд. психол. наук. М., 2006.
3. Голубева Т.М. Языковая манипуляция в предвыборном дискурсе: на материале американского варианта английского языка : дис. ... канд. филол. наук. Н. Новгород, 2009.
4. Грачев Г., Мельник И. Манипулирование личностью: Организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия : монография. М. : Ин-т философии РАН, 1999.
5. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М. : ЧеРо, Изд-во МГУ, 1997.
6. Зализняк А.А. Многозначность в языке и способы ее представления. М. : Яз. слав. культур, 2006.
7. Кирсанова И.В. Многозначность семантического текста как реализация индивидуальных стратегий понимания : дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2007.
8. Одинцова М.П. Пределы современного синтаксиса // Филол. ежегодник. Омск, 1999. Вып. 2. С. 75 – 80.
9. Паршина О.Н. Стратегии и тактики речевого поведения : дис. ... д-ра филол. наук. Саратов, 2005.
10. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / отв. ред. А. А. Уфимцева. АН СССР. Ин-т языкознания. М. : Наука, 1986.
11. Цыбина Л.В. Языковые и неязыковые средства актуализации эмоции «гнев» в кинематографическом дискурсе (гендерный аспект): На материале английского языка : дис. ... канд. филол. наук. Саранск, 2005.

### Источники

1. Медведев Д.А. Выступление на первом заседании Совета при Президенте Российской Федерации по реализации приоритетных национальных проектов. URL : [http://www.medvedev2008.ru/performance\\_2005\\_11\\_29.htm](http://www.medvedev2008.ru/performance_2005_11_29.htm).
2. Медведев Д.А. Выступление на заседании Комиссии по модернизации и технологическому развитию экономики. URL : [http://archive.kremlin.ru/appears/2009/07/22/2056\\_type63374type63378type82634\\_220045.shtml](http://archive.kremlin.ru/appears/2009/07/22/2056_type63374type63378type82634_220045.shtml).
3. Медведев Д.А. Национальные проекты: от стабилизации – к развитию // Коммерсант. 2007. 25 янв. URL : [http://www.medvedev2008.ru/performance\\_2007\\_01\\_25.htm](http://www.medvedev2008.ru/performance_2007_01_25.htm).



### *Multiple meaning as the means of manipulative influence in the political discourse*

*There is researched the multiple meaning use in political communication for manipulation of cognitive emotions of the public. The objects of the analysis are texts from the modern Russian mass media and the speeches of statesmen.*

*Key words: political discourse, manipulation, cognitive emotions, multiple meaning.*