



005531654

На правах рукописи

**СИНИЦЫНА Мария Александровна**

**ИССЛЕДОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ АРГУМЕНТИРОВАНИЯ  
В СОВРЕМЕННЫХ СМИ  
ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ МЕТОДОЛОГИИ ПРОВЕДЕНИЯ  
ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ**

Специальность 10.02.19 – теория языка

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Москва – 2013

Работа выполнена на кафедре теоретической и прикладной лингвистики Института иностранных языков Государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования города Москвы «Московский городской педагогический университет»

**Научный руководитель:** доктор филологических наук, профессор  
**Изюм-Эрик Салиховна Рахманкулова**

**Официальные оппоненты:** доктор филологических наук, профессор,  
профессор кафедры грамматики и истории немецкого языка ФГБОУ ВПО «Московский государственный лингвистический университет»  
**Елена Евгеньевна Анисимова**

кандидат филологических наук, доцент,  
доцент кафедры иностранных языков и русского как иностранного Международного университета природы, общества и человека «Дубна»  
**Наталья Владимировна Кутепова**

**Ведущая организация:** **Федеральное государственное казенное военное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Военный университет» Министерства обороны Российской Федерации**

Защита состоится 19 июня 2013 года в 13:00 часов на заседании диссертационного совета Д 850.007.08 на базе ГБОУ ВПО г. Москвы «Московский городской педагогический университет» по адресу: 105064, г. Москва, Малый Казенный пер., д. 5Б, ауд. 331

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ГБОУ ВПО г. Москвы «Московский городской педагогический университет» по адресу: 129226, г. Москва, 2-й Сельскохозяйственный пр., д. 4

Автореферат разослан « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2013 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,  
кандидат филологических наук, доцент



Лягушкина Н.В.

В настоящее время средства массовой информации проявляют огромный потенциал не только в высочайшей степени воздействия на массовое сознание, но и в формировании геополитических сценариев. Современная политическая ситуация в мире демонстрирует силу СМИ как фактора мощного социально-политического влияния, «четвертой власти». Оказывая все большее воздействие на все стороны жизнедеятельности государства и общества, радио, телевидение, пресса и электронные СМИ могут выполнять различные социально-политические функции: как консолидирующую, организуя, просвещая и объединяя общество, так и дезинтегрирующую, деструктурируя и разобщая его. При этом СМИ могут косвенно влиять на события, а могут и непосредственно моделировать и запускать социально-политические процессы, используя новые технологии передачи данных. В последнем случае мы говорим о новой, деятельностной, функции СМИ.

### **Актуальность темы исследования**

Масштаб информационного воздействия остро ставит проблему ограничения влияния направленного потока медийной информации, особенно той, которая обслуживает религиозный и межнациональный экстремизм. Для вскрытия деструктивной сути отдельных коммуникативных посланий, передаваемых по медиаканалам, требуется их тщательный анализ и выявление в них иллюкативных составляющих. Данная исследовательская работа затрагивает такие актуальные проблемы, как определение закономерностей коммуникативного поведения СМИ, изучение методологии их воздействия на реципиента и совершенствование способов контроля медийной информации, среди которых – *лингвистическая экспертиза (ЛЭ)* конфликтогенного текста.

Обходя вниманием конструктивную деятельность СМИ, мы считаем, что усилия лингвистов, изучающих языковые аспекты масс-медиа, должны быть сосредоточены на применяемых СМИ манипулятивных механизмах убеждения и внушения, введения в заблуждение, целенаправленной импликации в массовое сознание руководящих мировоззренческих и ценностных установок, носящих антисоциальный и деструктивный характер.

Определяющее значение для эффективной подачи и должного восприятия той или иной информации имеет *аргументация*, являющаяся основой функционирования СМИ. Для достижения своих целей масс-медиа используют обширный арсенал аргументативных средств и технологий, многие из которых скрыты от реципиента, а, значит, требуют тщательного изучения.

Учитывая кризисные явления последних десятилетий, интерес к СМИ как к влиятельному медиуму еще более актуализируется. Возможности влияния медиаресурсов на все стороны общественной жизни, специфика медийного дискурса все больше привлекают внимание исследователей: *филологов* (О.В. Александрова, И.В. Анненкова, А.Н. Баранов, Ю.С. Баскова, В.М. Березин, А.А. Волков,

М.Н. Володина, А.А. Грабельников, В.З. Демьянков, Т.Г. Добросклонская, М.Р. Желтухина, Я.Н. Засурский, Е.В. Какорина, Е.С. Кара-Мурза, Н.И. Клушина, И.М. Кобозева, Г.А. Копнина, Л.П. Крысин, А.А. Леонтьев, А.А. Негрышев, С.И. Сметанина, Г.Я. Солганик, А.А. Тертичный, Н.Н. Трошина, Т.В. Чернышова, А.П. Чудинов и др.), *политологов* (М.Н. Грачёв, Е.Г. Дьякова, С.Г. Кара-Мурза, С.Г. Корконосенко, А.М. Цуладзе и др.); *социологов* (А.В. Дмитриев, Э.Ф. Макаревич, Л.К. Сафиуллин, Л.Н. Федотова, И.Д. Фомичева и др.); *психологов* (М.В. Вершинин, Г.В. Грачев, Е.Л. Доценко, С.А. Зелинский, А.П. Назаретян, В.П. Шейнов и др.) и *философов* (Ю.Д. Артамонова, В.Л. Бенин, О.К. Валитов, И.В. Зиновьев и др.).

ЛЭ конфликтного текста является относительно молодым направлением прикладной лингвистики (юрислингвистики). Она была внесена в официальный Перечень родов (видов) судебных экспертиз Минюста лишь в 2006 г., и, как любая развивающаяся область, сталкивается с определенными сложностями. Затянутость многих судебных разбирательств при проведении ЛЭ, назначение повторных экспертиз, неоднозначность и противоречивость экспертных заключений свидетельствуют о несовершенстве механизма ЛЭ конфликтного текста. В отечественной науке проблему ЛЭ текста разрабатывают А.Н. Баранов, К.И. Бринев, Е.И. Галяшина, Н.Д. Голев, М.В. Горбаневский, М.Р. Желтухина, Д.С. Кондрашова, А.В. Коряковцев, Т.И. Краснянская, Г.В. Кусов, О.Н. Матвеева, В.А. Мишланов, И.В. Понкин и др.

В связи с вышесказанным, **целью** исследования является дальнейшая разработка методологии лингвистической экспертизы потенциально<sup>1</sup> экстремистского текста, в которой мы видим один из главных инструментов противодействия деструктивному информационному воздействию СМИ на массовое сознание.

Поставленная цель определяет **задачи** исследования:

- изучить отечественные и зарубежные научные разработки в области коммуникативной прагматики, аргументации и манипулятивного использования языка;
- изучить новейшие тенденции в функционировании текстов СМИ;
- выявить в медийных текстах потенциально экстремистского содержания аргументативные техники и изучить их функциональность в процессе воздействия на массовое сознание;

---

<sup>1</sup> Под «*потенциально экстремистским*» мы понимаем гипотетическую вероятность того, что в случае судебного разбирательства текст может быть признан экстремистским; до вынесения окончательного решения суда наименование текста «экстремистским» не представляется оправданным.

- определить степень аппликативности результатов этих исследований к области анализа конфликтогенных текстов, т.е. перенести опыт анализа медийных посланий на процесс анализа текстов при проведении ЛЭ;

- проанализировав современное состояние теории и практики лингвистической экспертизы конфликтогенного текста, выявить имеющиеся в этой области проблемы и наметить возможные пути их решения с учетом результатов анализа используемых в СМИ коммуникативных стратегий и тактик;

- установить факторы, обеспечивающие валидность результатов ЛЭ, и предложить их в качестве основообразующих для выработки нового методологического подхода к проведению ЛЭ.

**Объектом исследования** является манипулятивный дискурс, реализованный в современных печатных и электронных масс-медиа.

**Предмет исследования** – технология речевого воздействия СМИ, в частности, аргументативные и иные техники, обеспечивающие воздействие на сознание и подсознание реципиента.

**Практическим материалом исследования** послужила выборка медиатекстов из различных по характеру, жанру и идеологической направленности источников печатных и электронных СМИ, которые *гипотетически* могут оказывать деструктивное воздействие и содержать признаки экстремизма; книги и иные материалы публицистического и пропагандистского содержания (листовки, брошюры); оригинальные сочинения квазирелигиозной (сектантской) литературы и культурно-идеологического движения «Нью Эйдж», а также материалы лингвистических экспертиз. Для исследования мы отобрали материал, обладающий ярко выраженными признаками, которые *потенциально* могут характеризовать его как экстремистский, а также материал, наглядно иллюстрирующий методы воздействия СМИ на аудиторию. Собранный корпус проанализированных медиатекстов составил 170 единиц, общий объем которых составляет примерно 285 000 печатных знаков.

В качестве **теоретической базы** исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых, посвященные лингвистическим и экстралингвистическим аспектам воздействия СМИ на массовое и индивидуальное сознание, а именно работы по риторике и теории аргументации (Аристотель, Х. Перельман и Л. Ольбрехтс-Тытека), прагматике и теории речевых актов (Г. П. Грайс, Дж. Л. Остин, Дж. Р. Сёрль), анализу дискурса (Т. ван Дейк), герменевтике (Г.А. Верклер, Х.-Г. Гадамер), стилистике (Г.Я. Солганик), теориям суггестивного воздействия (М. Эрикссон, Д.В. Кандыба) и синтетических методов воздействия (В.М. Бехтерев, нейролингвистическое программирование Дж. Гриндера и Р. Бэндлера), теории рефлексивного управления (А.В. Россохин),

психолингвистике (А.А. Леонтьев), социоллингвистике (О.А. Феофанов, С.Г. Кара-Мурза), лингвофилософии (М.М. Бахтин), социальной психологии (А.А. Зинovieв, К. Лоренц, бихевиористская модель Г. Лассуэла, концепция общественного мнения У. Липпмана, теория управления массовым сознанием Г. Лебона, изучение мотивации Э. Дихтера), правоведения (психологическая теория права Л.И. Петражицкого). Были исследованы тексты законов и иных нормативных актов, материалы российских и международных конференций, монографии, диссертации и научные статьи по тематике анализа конфликтогенного текста (А.Н. Баранов, М.С. Белашова, К.И. Бринев, Е.И. Галяшина, Н.Д. Голев, М.В. Горбаневский, М.Р. Желтухина, Д.С. Кондрашова, А.В. Коряковцев, Т.И. Краснянская, Г.В. Кусов, О.Н. Матвеева, В.А. Мишланов, Е.В. Мячина, И.В. Понкин), тексты заключений и другие материалы, касающиеся (психо)лингвистических экспертиз, а также справочные ресурсы (словари, энциклопедии, справочники).

Изучение на основе первоисточников мало известных в России теоретических достижений (неориторика Х. Перельмана, социоллингвистические исследования О.А. Феофанова) позволило получить значительный инструментарий для анализа речевого поведения СМИ и понять глубинные механизмы воздействия медийного текста на аудиторию.

В работе с источниками использовались следующие методы исследования: метод лингвопрагматического анализа, метод лингвостилистического анализа, метод контекстуального анализа, метод структурно-семантического описания, метод структурно-функционального анализа.

Для того чтобы результаты исследования манипулятивных техник, используемых СМИ, были учтены в процедуре ЛЭ текста, мы обратились к методу аппликации. Аппликативность результатов выявления закономерностей общего текста для понимания частного обосновал герменевтик Х.-Г. Гадамер. По Х.-Г. Гадамеру, «идея правопорядка предполагает, что приговор судьи основан не на непредсказуемом произволе, но на справедливом рассмотрении целого». Интерпретация медийного типа текста, т.е. понимание закономерностей его построения, характерных отличий, механизмов воздействия, позволяет «применить» эти знания для оценки конкретного текста (как частной манифестации «всеобщего» медийного текста), являющегося объектом ЛЭ.

Научная новизна исследования состоит в обращении к малоразработанной области лингвистики и в выработке нового подхода к проведению ЛЭ. Учет при анализе текстов СМИ в первую очередь социально-ориентирующей и деятельностной (а не информативной или развлекательной) функции современных СМИ и привлечение большого объема теоретического материала из различных научных областей позволили расширить содержание основных понятий теории аргументации, выявить, описать и проиллюстрировать аргументативные техники

современных СМИ потенциально экстремистского содержания. В результате, впервые предлагается и обосновывается предпочтительность методов лингвопрагматического и контекстуального анализа перед методами лингвостилистического и семантического анализа в ходе ЛЭ медийных текстов и доказываемся приоритет принципа междисциплинарности при сохранении в методологии ЛЭ главенствующей роли лингвистики. Впервые для выработки валидной методологии проведения ЛЭ был обоснован герменевтический метод аппликации.

Также в ходе исследования были введены следующие понятия: понятие вектора смысловой единицы как ее социальной функции; понятие разновекторности лексики как ее способности реализовывать различные социальные функции (т.е. приобретать разные векторы) в зависимости от общего контекста; понятие «речевой популизм» как одна из манипулятивных технологий, реализуемая по принципу «мы такие же, как вы» и позволяющая достигнуть присоединения целевой аудитории к коммуникатору путем их формального сближения. Также был изучен механизм отключения внутреннего диалога, и было предложено считать его имитацию манипулятивной техникой, основанной на управлении рефлексивным процессом реципиента.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1. В основе исследования механизмов аргументирования в СМИ находится изучение персуазивного и суггестивного воздействия как двух неразрывно связанных способов реализации речевой коммуникации в манипулятивном медийном дискурсе.

2. Коммуникативный процесс манипулятивного медийного дискурса является неравноправным, фактически однонаправленным – эгоцентричным по отношению к коммуникатору и подчинительным по отношению к реципиенту.

3. Реализации интенции автора способствуют такие специфичные взаимодополняющие характеристики текстов СМИ, как псевдологичность и эмоционализация медийного дискурса.

4. В ходе анализа масс-медийного текста приоритетным объектом исследования является аргументативная стратегия коммуникатора в микро- и макроконтексте сообщения. При этом необходимо учитывать, что процесс аргументации может реализовываться не только в конкретном акте речевого взаимодействия коммуникатора и реципиента, но и в широком контексте коммуникационного послания, когда в качестве тезиса может продвигаться позиция какой-либо общественной группы, представляемой коммуникатором, а аргументы могут иметь вид виртуальных конструктов, не подчиняющихся законам логики и внедряемых в сознание реципиента путем внушения.

5. Метод аппликации позволяет применить опыт практического анализа СМИ

для оптимизации методологии проведения ЛЭ.

6. В основу проведения ЛЭ текста должен быть положен контекстуально-лингвопрагматический анализ в структурно-функциональном аспекте.

7. Целью ЛЭ должно быть определение вектора сообщения, т.е. его социальной функции. Вектор сообщения задается как микроконтекстом, представленным ключевыми оценочными лексемами на парадигматическом уровне (синонимические ряды) и коллокациями на синтагматическом уровне, так и макроконтекстом, включающим параметры, лежащие вне текста, но имеющие влияние на его создание и восприятие. При этом решающее значение для определения вектора имеет макроконтекст. Понятие вектора медийного текста значительно шире понятия интенции автора текста. Включаясь в широкий контекст, сообщение может решать задачи, отличные от авторских.

8. Коллокации, закрепленные на уровне предложений, абзацев, текстов и целых изданий, могут утверждать новое конвенциональное использование данных смысловых единиц и служить для формирования нового имиджа явления или объекта. Коллокации обуславливают явление разновекторности лексики.

9. Судебные дела об экстремизме являются тем сложным случаем, когда требуется проведение комиссионной междисциплинарной экспертизы текста.

**Теоретическая значимость** работы состоит в уточнении и систематизации знаний о технологиях воздействия СМИ на массовое сознание, а также в оптимизации средств противодействия деструктивному элементу медийной среды путем совершенствования механизма ЛЭ. Анализ аргументативных техник воздействия СМИ на сознание и подсознание реципиента создает прочный теоретический фундамент для экспертной оценки потенциально экстремистских текстов. В частности, практический анализ медиатекстов базируется в значительной части на принципах неориторики Х.Перельмана. Предложен новый – контекстуально-лингвопрагматический – подход к анализу потенциально экстремистского текста в процессе ЛЭ, а также разработана модель ее проведения. Кроме того, диссертация акцентирует важный вопрос, требующий отдельного глубокого изучения, – образование контекстуально детерминированных коллокаций в медийных посланиях (как на уровне отдельного текста, так и на уровне целого медиаресурса) и их функциональную направленность на импликацию в массовое сознание новых идеологем и установок.

**Практическая ценность** диссертации заключается в том, что полученные в ней результаты и выводы вносят определенный вклад в совершенствование методологии проведения ЛЭ потенциально экстремистского текста: помогают повысить ее валидность и операциональность; будучи внедренными в работу экспертных комиссий, могут исключить возможность вынесения судом неправомерных и несправедливых решений. Составленный нами тезаурус



синонимических рядов лексики разной эмотивной оценочности и эвфемичности/дисфемичности, а также коллокаций, встречающихся в медийных текстах, наряду с прочими результатами исследования может лечь в основу практического пособия по проведению ЛЭ. Рекомендации, приведенные в данной работе, могут быть полезны юристам в законотворчестве, а также годятся для дальнейшей разработки методологии проведения экспертизы не только потенциально экстремистских материалов, но и других типов конфликтогенного текста.

Результаты исследования могут быть использованы в теоретических курсах для студентов и аспирантов по риторике, юрислингвистике, технологиям рекламы и PR, лингвопрагматике, лингвистике текста, медиалогии, социологии, теории коммуникации; в тренингах по совершенствованию коммуникативной компетенции и ораторского искусства.

Работа выполнена в соответствии с требованиями, предъявляемыми к диссертациям по специальности 10.02.19 – теория языка, в частности:

п.1. Лингвистика и смежные науки. Язык и коммуникация. Отражение коммуникативных целей в структуре языка. Язык и общество, язык и культура. Связь с гуманитарными науками: семиотика, философия, логика, психология, социология, культурология, антропология, этнография, история, филология, литературоведение.

п.3. Речевой акт, характеристики высказывания.

п.5. Коммуникативная организация высказывания. Коммуникативные типы высказываний.

п.6. Смысл высказывания как вся та информация, которую вкладывает в него говорящий и которую должен извлечь из него адресат. Эксплицитная и имплицитная информация в высказывании. Виды имплицитной информации: пресуппозиции, условия успешности, имплицитур дискурса. Прагматический компонент, его иллокутивный и дейктический аспекты. Иллокутивная функция высказывания и способы ее репрезентации.

п.7. Дискурс как объект междисциплинарного изучения.

п.11. Задачи психолингвистики в сфере изучения воздействия средств массовой коммуникации.

п.12. Язык в межличностных отношениях. Психо- и нейролингвистический взгляд на языковые контакты. Язык и идеология. Язык и культура. Язык и религия.

**Апробация работы.** Промежуточные результаты исследования были изложены в пяти докладах на научно-практических конференциях преподавателей, аспирантов и соискателей в Институте иностранных языков ГБОУ ВПО МГПУ в 2008, 2009, 2010, 2011 и 2012 гг., а также обсуждались на заседаниях кафедры теоретической и прикладной лингвистики Института иностранных языков ГБОУ ВПО МГПУ. Темы применения аргументативных техник в СМИ и состояния дел в

области проведения ЛЭ нашли отражение в четырех печатных статьях, три из которых – в ведущих рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ. Также было принято участие в конференции и в круглом столе «Юрлингвистика и лингвоконфликтология» в рамках Международного филологического форума в Кемерове 1-3 июля 2009 г.

**Объем и структура.** Структура и объем диссертации определяются ее целью и поставленными задачами. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка и семи приложений, иллюстрирующих теоретические положения. Текст исследования изложен на 199 страницах.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность темы диссертации, характеризуется степень научной разработанности проблемы, сформулированы цель, задачи, объект и предмет исследования, определена ее методологическая основа и новизна, а также практическая и теоретическая значимость.

**Первая глава** диссертации: «**Теоретический базис анализа аргументирования в СМИ**» – посвящена анализу теоретических работ, основываясь на которых можно правильно оценить речевое поведение СМИ и применить полученные знания на практике. Глава содержит резюме анализа ряда теорий и взглядов в сфере изучения речевого поведения современных СМИ. В частности, указано следующее.

Современное общество характеризуется *медиакратичностью*, поскольку находится под контролем СМИ как «четвертой власти», и с каждым днем диапазон функций СМИ растет. СМИ способны вызывать в обществе дезинтеграционные процессы, изменять его ценностные установки, направлять общественные силы в разрушительное русло. Актуальность и безотлагательность исследования языкового поведения СМИ несомненны в силу требований времени.

Защита общества от деструктивных влияний, очевидно, предполагает противодействие медийным процессам, расшатывающим моральные и ценностные основы общественного организма, разжигающим межнациональные и межрелигиозные конфликты, наносящим ущерб психике и благосостоянию населения. В целях защиты от деструктивного информационного влияния в 2000 году была принята «*Доктрина информационной безопасности РФ*», призванная усовершенствовать методы выявления разрушительного информационно-психологического воздействия на массовое сознание общества и выработать средства противодействия ему. В первое десятилетие XXI века в России были предприняты некоторые законодательные шаги по предотвращению распространения этнического и религиозного экстремизма.

На сегодняшний день одним из инструментов, позволяющих идентифицировать техники воздействия СМИ и вскрыть цели их использования, является лингвистическая экспертиза текста (ЛЭ). Ее возможности широко используются судами для установления экстремистского характера масс-медийных посланий.

Основным средством, находящимся в распоряжении СМИ для осуществления их функций, является язык. Он несет на себе отпечаток эпохи, поэтому его изучение позволяет оптимальным образом исследовать процессы, происходящие в обществе в определенный момент, и проследить тенденции его развития. Язык СМИ имеет ряд особенностей. Тексты СМИ богаты средствами речевой выразительности, используемыми для риторического усиления речи. К ним относятся метафора, метонимия, сравнение, олицетворение, риторические вопросы, анафора, фразеологизмы, цитаты известных личностей и из известных источников, афоризмы, разговорные клише, каламбуры, пословицы и поговорки и т.д. Однако наибольший интерес представляет не изучение самовыражения автора медийного послания, осуществляемого с помощью языковых средств, а анализ методологии речевого воздействия, способов повышения степени восприятия текста. Специальному изучению должны подвергаться применяемые СМИ механизмы введения в заблуждение, создания ложных установок и манипуляции сознанием.

Как акт речевой коммуникации любая статья в СМИ является объектом анализа с точки зрения *лингвистической прагматики и риторики*. В качестве основополагающих концепций речевого взаимодействия, реализуемого в СМИ, принимаются научные построения теоретиков коммуникации Г.П. Грайса, Дж.Л. Остина, Дж.Р. Серля.

Большое значение для понимания процесса функционирования СМИ имеет изучение *аргументации*, которая лежит в основе риторики, в особенности, теория аргументации Х. Перельмана и Л. Ольбрехтс-Тытеки<sup>2</sup> – *теория риторического воздействия*, названная авторами «неориторикой». Эта теория получила широкое признание и была взята на вооружение в США в 70-е годы XX в. Она дала основу современным манипулятивным медийным технологиям и внесла огромный вклад в создание научно-философского основания для методологии ведения информационных войн нового поколения. Суть «неориторики» состоит в полной виртуализации коммуникативного процесса, обращении к ценностному фактору и изменении субъектно-объектных отношений путем подчинения действий аудитории воле коммуникатора. Коммуникативный процесс приобретает односторонний характер: реципиент рассматривается как пассивный субъект исполнения замысла

---

<sup>2</sup> Perelman Ch., Olbrechts-Tyteca L. The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation / Transl. J. Wilkinson, P. Weaver. Center for the Study of Democratic Institutions. – Notre Dame: University of Notre Dame Press, 1971. – 566 p.

коммуникатора. Теория Х. Перельмана исключает нравственный аспект коммуникации и утверждает принцип всеобщего релятивизма: не существует абсолютной истины, объективных фактов, абсолютных ценностей, универсальной аудитории. Критерием истинности коммуникации является установление «доверия»: что воспринято реципиентом с подачи коммуникатора как истинное, то и истинно. Х. Перельман впервые обращается к аксиологическому аспекту риторической аргументации, считая, что достигнуть «доверия» можно лишь изучив ценности аудитории, выстраивая стратегию убеждения в соответствии с ними. В соответствии с теорией Х. Перельмана, в СМИ различных направлений, предназначенных для разных целевых аудиторий, звучат апелляции к разным ценностям. Задачей персуазивного воздействия может являться трансформация ценностей аудитории. Х. Перельман исследовал систему механизмов речевого воздействия на аудиторию, указав на взаимозависимость таких факторов, как контекст, интенция коммуникатора, результат воздействия, имидж (престиж) коммуникатора, характер конкретной аудитории и др. Среди наиболее значимых техник воздействия можно указать квазиаргументы, ассоциативные и диссоциативные техники, использование аналогий, аргументов-апелляций (к истории, авторитету и т.п.), создание моделей или антимodelей, конструирование новой или измененной реальности и др.

В исследовании теоретического базиса речевого поведения СМИ мы также обращаемся к российскому опыту. Так, теоретические построения русского философа, литературоведа и лингвиста М.М. Бахтина и его последователей детерминируют аргументацию в речевой коммуникации социальным контекстом и социальной функцией. Приоритетным для исследователя становится интенциональная составляющая высказывания, фактор целеполагания.

Реализация целей коммуникатора предполагает использование комплекса речевых приемов, воздействующих как на сознание, так и на подсознание реципиента. Более глубокое понимание взаимопроникновения методов убеждения и внушения в процессе коммуникации дает обращение к трудам русского психофизиолога В.М. Бехтерева. Изучение теоретического наследия М.М. Бахтина и В.М. Бехтерева подводит к главной задаче: распознавать отдельные явные и скрытые элементы всей системы персуазивно-суггестивного воздействия в коммуникативной среде СМИ.

В изучении практики использования слова как социального инструмента мы обращаемся к опыту известных западных исследователей – Г. Лассуэлла, Г.А. Верклера, Г. Лебона, У. Липпмана, которые рассматривают феномен воздействия слова, прежде всего, в зависимости от социального и культурного контекста, а также личности как структурного элемента этого контекста. Особое значение для нашей работы представляет предложенная Г. Лассуэлом *схема анализа* текстов массовой коммуникации, учитывающая целеполагание, стратегию и постэффект речевого

воздействия, а также разработанная герменевтом Г.А.Верклером схема анализа текста, основанная на макроконтекстуальном подходе.

В советской и российской науке к наиболее значимым исследованиям конкретных приемов и техник воздействия СМИ можно отнести работы О.А. Феофанова, А.А. Зиновьева и, позднее, С.Г. Кара-Мурзы.

Изучение персуазивного и суггестивного воздействия на основе комплексного подхода обусловило появление *нейролингвистического программирования (НЛП)*, основные принципы которого сформулировали в 70-е годы XX века лингвист Дж.Гриндер и психолог Р.Бэндлер. НЛП – это комплексная технология трансформации сознания и манипулирования, включающая в себя, прежде всего, психологические речевые способы убеждения и внушения, использующие все имеющиеся в распоряжении языка средства, а также невербальные методы воздействия на психику и поведение индивида. Методы НЛП переключаются с идеями выстраивания «доверительного взаимодействия» Х. Перельмана.

Привлеченные к исследованию теоретические концепции могут быть положены в основу анализа текстов потенциально экстремистского содержания для выявления в них принципов скрытого манипулятивного воздействия.

**Во второй главе: «Аргументативные техники современного масс-медийного дискурса (на материале практического анализа)»** – указываются *характерные особенности медийного текста*, выявленные в ходе *практического анализа* материалов СМИ. Следует отметить, что практический анализ медийных текстов на предмет наличия в них признаков экстремизма предполагает изучение как лингвистических, так и экстралингвистических особенностей представления материала в ракурсе их персуазивно-суггестивного потенциала, реализуемого в аргументативном дискурсе.

В данной главе исследуются характерные черты языка масс-медиа и приводятся результаты исследования, иллюстрирующие теоретические положения и выводы на примерах практического анализа текстов потенциально экстремистского содержания социально-политической, религиозной и националистической направленности.

Как показывает анализ медийных текстов, одним из наиболее действенных манипулятивных методов донесения информации в нужном коммуникатору ключе является *псевдологичная подача материала* с комбинированием техник убеждения и внушения. Этот метод основан на пренебрежении законами логики и влечет за собой порождение противоречивых выводов и ложных умозаключений.

В системе средств псевдологичной подачи материала особенно выделяются речевые структуры, основанные на нарушении одного из требований логики –

определенности и однозначности выражений<sup>3</sup>. Это «пустые банальности» и «красивые универсалии» («splendid generalities») – особые понятия, обладающие значительной суггестивной силой благодаря абстрактности, расплывчатости и семантической неопределенности своих формулировок. Яркий пример «красивых универсалий» – агитационные слова Р. Рейгана: *«Нашу позицию следует выразить пятью простыми, всем хорошо знакомыми словами <...>: семья, работа, дом, свобода, мир»*. «Пустые банальности» часто встречаются в лозунгах и призывах, ср.:

*«Хочу расти в свободной стране», «Раздави фашистское чудовище!», «Нет фашизму в Украине!»; «Наступает ваш час!», «Даешь новый курс!», «Нет капитализма – нет кризиса», «Честные выборы – новая Россия!», «Новый курс – новое правительство!», «Это наш город!», «Коррупция – путь к обнищанию народа!», «Реформы для народа, а не народ для реформаторов!».*

Слова «свобода», «фашизм», «новый курс», «кризис», «новая Россия», «коррупция», «реформы», не будучи детерминированы параметрами контекста (исторического, социального, политического и др.), не несут конкретной информации, однако воздействуют на логические представления реципиента, смещая акцент в восприятии текста в сторону эмоций, подменяя ими смысл.

В качестве действенного псевдологичного приема следует указать *подмену понятий*<sup>4</sup>, заключающуюся в подтасовке тезисов и аргументов. Частными способами подмены понятий являются, например, выхватывание фразы из контекста; апелляции к укрепившемуся общественному мнению, к известному или анонимному авторитету; безапелляционное высказывание. Эти приемы можно проиллюстрировать следующим примером, взятым из листовки «Опричного братства»:

*«Где твой меч, христианин? <...> Как ты безоружен? И ты называешь себя христианином? Как же так? Разве не должен каждый христианин уподобиться Христу? Тогда почему ты не хочешь, чтобы и о тебе сказали как о Христе: "и к злодеям причтен?"» (Лк. XXII, 37). Или ты забыл, слова Господа? "Продай одежду свою и купи меч!" (Лк. XXII, 36) <...> Христианин без меча – не христианин, ибо Меч – это Крест!»<sup>5</sup>*

Здесь, используя авторитет Евангелия, но вырывая фразу из контекста, автор безапелляционно навязывает собственную трактовку изречения Иисуса, превращая призыв усилиться в духе и вере в призыв взяться за оружие.

Другой способ подмены понятий – необоснованность (ложность) и искажение аргумента – можно наблюдать в тексте политического памфлета «Русь в ожидании варягов»: *«По своему мировоззрению русские — буддисты»<sup>6</sup>*.

<sup>3</sup> Зиновьев А.А. На пути к сверхобществу. – СПб.: Нева, 2004. – 608 с. – (Русский путь)

<sup>4</sup> Красносельский К.К. Альтернативная логика [Электронный ресурс] / К.К. Красносельский. – 1997. – URL: <http://humanus.site3k.net/?/logic/alt/index.html>

<sup>5</sup> Лавриненко И. Меч – это Крест // Царский опричник. – 2001. – № 22. – URL: <http://nationalism.org/bratstvo/oprichnik/22/lavrinenko.htm>

<sup>6</sup> Сычева Л. Русь в ожидании варягов. Политический памфлет [Электронный ресурс] // МК.РУ. – Московский Комсомолец. – № 25772. – 15.10.2011. – URL: <http://www.mk.ru/politics/article/2011/10/14/632845-rus-v-ozhidanii-varyagov.html>

Подмена понятий, помимо прочего, осуществляется с помощью приемов сужения и расширения тезисов.

Сужение – переход на частности; переформулирование тезиса на более узкий, легче доказуемый, но не идентичный первому. Так, в сочинении старца Рафаила Берестова тезис о приходе антихриста постепенно сводится к проблеме введения электронных документов, а философский вопрос истинности веры, соотношении правды и лжи сужается до мифологемы о необходимости избавления от «жетона с чипом» и «бесовского паспорта»:

*«... Так и антихрист обольстит многих: иудеем скажет, что он провозглашенный пороком мессия, христианам будет выдавать себя за Христа <...> Кто <...> взял паспорт с тремя шестерками <...>, тот взял печать антихриста <...> предал Иисуса. <...> А те, кто взяли паспорт, возьмут и жетон с чипом <...> Несчастные избрали сатану вместо Бога?..»<sup>7</sup>*

При расширении тезис приобретает вид необоснованного обобщения, как в следующем примере, где человек, который слишком формально относится к ритуалу причастия, номинирован как «христуубийца», что, безусловно, является преувеличением, привносящим в сообщение дополнительную эмотивность с целью усиления персуазивного воздействия:

*«... формальное причащение св. Таин Христовых без должного покаяния и серьезного труда над собой, без аскетической жизни делает человека не причастником Христа, не со Христом соединяет, а с дьяволом, и делает человека христуубийцей»<sup>8</sup>.*

Эффективным методом усиления персуазивного эффекта является эмоционализация аргументативного дискурса. Французский социальный психолог Г. Лебон выделял такие признаки массового сознания, как приоритет эмоций над разумом, приоритет иллюзий над рациональной оценкой. Поскольку СМИ обращаются, прежде всего, к массовому сознанию, они широко используют приемы, усиливающие эмоциональную составляющую сообщений. Эмоционализация позволяет значительно усилить персуазивный эффект, маскируя псевдологичность и доказывая тем самым целесообразность синтеза приемов убеждения и внушения.

Одним из средств эмоционализации медийной речи служит *образно-символьная подача материала*, основанная на аргументировании при помощи создания образов, на применении различных семиотических систем и особого композиционного построения сообщения. Принцип высокой эмоционализации коммуникативных посланий эксплуатируют многие квазирелигиозные движения. В рамках нашей работы проанализированы тексты, используемые в околорелигиозных структурах, а также материалы националистической окраски, где сказочные и

<sup>7</sup> Рафаил (Берестов), иеросхимонах. Набат [Электронный ресурс] // Златоуст. – URL: <http://hristov.narod.ru/berestov.htm>

<sup>8</sup> Иеромонах Сергей Б. Богословский комментарий на статью митрополита Илариона (Алфеева) «Евхаристия – сердцевиной жизни христианина» [Электронный ресурс] // Благодатный огонь. – URL: <http://www.blagagon.ru/digest/252/>

реальные образы являются, в сущности, ни чем иным как «аргументами, создающими новую реальность» (в терминологии Х. Перельмана). Образы – это те социальные модели, антимодели, образцы и их иллюстрации, задающие стереотипы поведения, ценностные ориентиры и оценочные критерии целевой аудитории. Таков образ-модель Анастасии в серии сочинений В. Мегре, давший литературную основу движению «Звенящие кедры России» и «культу Анастасии», причисленному религиоведами к деструктивным сектам:

*«Анастасия быстро ладони рук к земле прижала, провела ладонями по траве и протянула их мне <...> «Смотри, Владимир, маленькое зёрнышко совсем, а если в землю посадить его – величественный вырастет кедр... В нём, в каждом зёрнышке Божественных творений совершенных заложена вся информация Создателем сполна»<sup>9</sup>*

*«Она [Анастасия] с травы вскочила, на колени встала, сияя вся, всплеснув руками, вдруг шепотом произнесла: <...> «Пусть каждый житель города большого достанет из смолистой шишки Кедра орешек маленький, во рту своем, в слюне своей его поддержит. Посадит в доме в Землю в маленьком горшочке и поливает Землю каждый день. Перед поливом в воду пальцы рук опустит, беззлобным состоянье быть должно, и пусть себе, а главное, своим потомкам, детям, добра, осознанности Бога пожелает. Так каждый день <...>»<sup>10</sup>*

Образ Анастасии служит для того, чтобы убедить читателя в правильности экологистского образа жизни и тех идеологем, которые продвигаются в серии книг В.Мегре, в частности, необходимости создания родовых поместий, выращивания кедров как символа Божественного творения, внедрения оккультных методов ведения сельского хозяйства, отказа от технологий и др. Сам образ Анастасии используется как символ Богини-матери.

Отдельное место в образно-символьном оформлении действительности отводится *мифу*. Мифологизация жизни общества влечет за собой трансформирование его традиционных ценностей и разрушение стереотипов. Особенной мифологизации подвергаются известные личности. На основе цитирования их высказываний, размещения интересных фотоснимков и разглашения информации из их личной жизни СМИ приписывают им различные характеристики, тем самым создавая и тиражируя акцентуированные образы, ср.:

*«Часы Патриарха Кирилла стоят около 30 тыс. евро»<sup>11</sup>.*

*«... Ксения Собчак <...> заявила:*

*– В этом году я заработала 2,5 миллиона долларов, участвовала в пяти телевизионных проектах, купила таунхаус, делаю гардеробную 80 метров. Моя талия – 58 сантиметров. Я написала книгу, ставшую бестселлером, и снялась в кино. Да, и еще, надев изумруд в 30 карат, я отказалась от всех корпоративов и еду с любимым человеком отдыхать на целых двадцать дней. А вы? Вы — завидуйте!»<sup>12</sup>*

<sup>9</sup> Мегре В.Н. Сотворение. Книга четвертая. – URL: [http://www.astrolet.narod.ru/mm/megre\\_sotvorenie.rar](http://www.astrolet.narod.ru/mm/megre_sotvorenie.rar)

<sup>10</sup> Мегре В.Н. Пространство любви. Книга третья. – М.; СПб.: Диля, 2003. – 223 с.

<sup>11</sup> Багрий К., Мусиенко В. Часы Патриарха Кирилла стоят около 30 тыс. евро [Электронный ресурс] // VIPГлавред. – URL: <http://vip glavred.info/?/articles/2009/07/28/181000-0>

<sup>12</sup> Булавин Р. Ксения Собчак призывает завидовать ей [Электронный ресурс] // МузРинг. – URL: <http://musring.ru/2012/01/11504/>



*Лексико-стилистическими средствами оценки и эмоционализации* медийного дискурса, используемыми для достижения персуазивного эффекта, являются: создание эмоциональной доминанты (с помощью рассеивания оценочной лексики, аллюзий, эффекта сенсации); юмор, ирония, сарказм; создание «черного» или репульсивного контента. Здесь задействуются многие стилистические фигуры, приобретающие персуазивную функцию в риторическом процессе аргументативного дискурса.

Так, например, юмор, ирония и сарказм способны лишить сообщение статуса важности. Осмеяние происходящего деформирует его адекватную оценку. Например, в названии статьи «От кого, есть, пошла родня Русская... Шутка» («шуточный римейк»)), слово «шутка» априорно снимает с этого сочинения обвинения в ксенофобии, при этом звучат нелицеприятные высказывания в адрес русского народа, наносящие ущерб его имиджу:

*«Так и пошла родня раздольная – Русская... От Ольги с Игорем – род княжеский, Иванны-царевичи. А от Ставра с Настеной – народ. Иваны: чудаки, дураки и му... в общем мудрые»<sup>13</sup>.*

Одну из технологий воздействия, позволяющую достигнуть присоединения целевой аудитории к коммуникатору путем их формального сближения и усилить персуазивный эффект, мы называем *речевым популизмом*. Этот прием позволяет создать иллюзию общности интересов субъекта речи и аудитории по принципу «мы такие же, как вы». Он заключается в примитивизации языка общения и приближении его к языку реципиента-обывателя с его бытовой лексикой, клише и идиомами, разговорными неологизмами и жаргонизмами, а также обценной лексикой, например:

*«Нацисты ждуют, готовятся нацмены,  
На выборах бардак, кранты рублю...»<sup>14</sup>*

*«Прочитал тут как-то очередного уныря, ратовавшего за то, чтоб быстрее настал полный Пэ, ну из серии: „чем хуже, тем лучше“ и з’подвигло меня это гадкое на вкус и послевкусие чтиво написать очередной памфлетик <...> Специально для дебиллов <...> Потому как только идиот (клинический) не в состоянии понять, что сломай сейчас эту самую вертикаль власти <...> и всё... страны не просто не станет, а начнется тут такой пепедз, что даже мало кто успеет удачно свалить...»<sup>15</sup>*

Эффективной аргументативной техникой, основанной на управлении рефлексивным процессом реципиента и повышающей его внушаемость, мы считаем *отключение внутреннего диалога*. Внутренний диалог является тем инструментом, с помощью которого человек, на основе осмысления собственного опыта, создаёт и

<sup>13</sup> Вершинин С. От кого, есть, пошла родня Русская... Шутка (шуточный римейк) [Электронный ресурс] // Братья славяне. – URL: <http://bratiya-slavyane.com/articles/view/24692/>

<sup>14</sup> Быков Д. Спасибо, что бухой // Рубрика «Гражданин поэт» // Сайт «Радио Эхо Москвы». – URL: <http://echo.msk.ru/programs/citizen/>

<sup>15</sup> Литвинцев Д. ЖЖ-революционерам или немного о революции сегодня // Братья славяне. – URL: <http://www.bratiya-slavyane.com/articles/view/28161/>

фиксирует свой образ мира, что делает его невосприимчивым к информационному воздействию извне. Отключение внутреннего диалога ведет к снижению критичности, росту уязвимости для сторонних воздействий. Привычный образ мира человека разрушается и замещается в его сознании виртуальными симулякрами. Эта техника применяется с помощью таких форм подачи медийного материала, как «история успеха», интервью, беседы, прямой репортаж, вопрос-ответ, письма к автору и другие диалогические повествовательные построения, *имитирующие* собственный внутренний диалог реципиента и подменяющие его на авторскую речь путем создания эффекта «слияния» реципиента с объектом повествования.

В следующем примере автор Е. Багаев, руководитель нативистской «школы любков» (психотренингов с элементами боевого искусства), имитирует рефлексию – внутренний диалог читателя, ищущего ответы на главные вопросы бытия. Автор «подсказывает» читателю и замещает собственными выводами возможные ответы самого читателя:

*«Поиск ответов на вопросы: Зачем жить? И что вообще такое жизнь? Автоматически выводят на вопрос. А кто я? Кто, тот, кто живет эту жизнь? И мы вновь выходим на самопознание. Человек всю свою жизнь, начиная с самого рождения, только и занят Самопознанием. Только сам человек очень часто не осознает этого, и поэтому самопознание у него в таких случаях идет неосознанно.*

*Любки являются искусством, помогающим человеку прожить свою жизнь с наслаждением, с радостью, постоянно раскрывая и совершенствуя себя...»<sup>16</sup>*

В данной главе обосновывается применение метода **аппликации** для перенесения результатов исследования особенностей подачи материала в СМИ в прикладную плоскость, а именно – на процедуру ЛЭ текста. Рассматривается подход герменевтика Х.-Г. Гадамера, на основе которого достигается аппликативность результатов выявления закономерностей общего текста для понимания частного. Философ ставит тождество между процессами понимания и применения (аппликации), неразрывно связывая их с макроконтекстом – конкретной ситуацией, в которой истолковывается текст. Мы считаем, что именно метод аппликации, учитывающий общие законы функционирования масс-медиа, может обеспечить справедливую правовую оценку конфликтогенных медийных текстов, поскольку интерпретация этого типа текста – т.е. понимание закономерностей его построения, характерных отличий, механизмов воздействия – позволяет осуществить «применение» этих знаний для оценки конкретного текста (как частной манифестации «всеобщего» медийного текста), являющегося объектом лингвистической экспертизы.

В третьей главе «**Экспертиза конфликтогенных медиатекстов**» идет речь о том, что в контексте необходимости осуществления противодействия деятельности

<sup>16</sup> Азы любков (Выборочные главы из книги Евгения Багаева). Продолжение. – URL: <http://www.v8mag.ru/section314/subsection283/article2774.php>

СМИ, наносящей ущерб личности и обществу, в настоящее время на государственном уровне в качестве инструмента анализа медийных текстов широко применяется *лингвистическая экспертиза (ЛЭ)* – исследование языковых выражений, свидетельствующих о нарушении государственного законодательства. Здесь рассматриваются вопросы проведения ЛЭ конфликтного текста: состояние дел в этой области, методология ЛЭ и стоящие перед ней задачи.

Несмотря на появление все большего количества лингвоэкспертных центров и на возрастающую роль ЛЭ, в этой сфере наблюдается ряд нерешенных проблем: недостаточная разработка теоретической базы и метаязыка законодательных актов; неоднозначность поставленных на разрешение экспертов вопросов; отсутствие четких требований к количественному и качественному составу экспертной группы; разнородность подходов; неунифицированность средств и методов проведения ЛЭ, которая ведет к двоякому толкованию подвергаемых экспертизе речевых произведений. Процесс лингвистического анализа конфликтного текста сводится в большинстве случаев к традиционному семантическому или семантико-стилистическому анализу, к избыточному использованию справочных источников; ЛЭ производится на основе формальных признаков и спорных определений. Налицо узкоспециализированность экспертизы текста, ее ограниченность рамками лингвистической науки. При проведении ЛЭ могут также игнорироваться экстралингвистические факторы и широкий контекст исследуемого сообщения.

Отмечается, что такие ученые, как Х. Перельман, Х.-Г. Гадамер, М.М. Бахтин, Г.А. Верклер, Г. Лассуэл и многие другие, указывали на решающую роль контекста в процессе лингвистического анализа. По нашему мнению, во главе угла ЛЭ должна стоять *контекстуальность*. В ходе анализа текста приоритетными объектами исследования становятся микро- и макроконтэкст сообщения, в совокупности формирующие *общий контекст*. К области *микрореконтекста* мы относим все компоненты лексического значения, представленные на уровне смысловой единицы (слова, словосочетания, предложения, абзаца, сверхфразового единства и текста в целом). Это лексико-семантический вариант, реализуемый в данном лексическом окружении, и дополнительное кодирование в виде коннотаций. *Макрореконтекст*, в нашем представлении, определяется параметрами, лежащими вне текста, но имеющими влияние на его создание и восприятие. Таким образом, аргументация должна анализироваться в масштабе широкого контекста. Для этого мы считаем необходимым в ходе проведения экспертизы текста помимо лингвистов привлекать к участию специалистов из других областей знания (социологов, психологов, религиоведов, политологов, историков и др.), выводя ее, таким образом, на *междисциплинарный уровень*. Тем не менее, поскольку любой текст – это речевое произведение, то, по нашему мнению, *ядро экспертизы* должно составлять

лингвистическое исследование, а главная роль – отводиться лингвисту, который бы строил свой анализ на основе выводов экспертов разных специальностей.

В развитие модели экспертизы текста, основанной на контекстуальном подходе, мы предлагаем ввести понятие *векторности*. Под векторностью мы понимаем *способность смысловой единицы реализовывать социальную функцию (т.е. приобретать вектор) в зависимости от общего контекста*. Сумма векторов отдельных смысловых единиц определяет общий вектор всего сообщения, его социальную функцию (Рис.1). Таким образом, *контекстуально-лингвопрагматическая интерпретация* высказывания выявляет направление его вектора, который отражает определенную социальную функцию, выполняемую этим высказыванием.



Рис.1

Приведем пример – выдержку из статьи Д. Мельникова «Старообрядцы» сфабриковали еще несколько «святых»<sup>17</sup>:

*«16-18 октября с.г. на Рогожском кладбище завершилось трехдневное заседание «Освященного собора» раскольнической «Русской православной старообрядческой церкви» <...>. Во второй день собора состоялись прославления «старообрядческих» «подвижников» – «епископа» Тверского и Санкт-Петербургского Геронтия (Лакомкина) и «исповедников» «архиепископа» Аркадия Славского, Конона Новозыбковского, Алимпия Тульчинского и Геннадия Пермского <...> И если даже мученическая смерть за Христа не смывает вину раскола, то тем более другие подвиги, как бы высоки они ни были, не спасут, к сожалению, от погибели людей, уклонившихся от Церкви».*

<sup>17</sup> Мельников Д. «Старообрядцы» сфабриковали еще несколько «святых» [Электронный ресурс] // Дух христианина. – URL: <http://www.christian-spirit.ru/545-starobryadcy-sfabrikovali-esche-neskolko-svyatyh.html>

Ключевыми словами являются последние слова – «уклонившихся от Церкви». Речевая стратегия автора построена на апелляции к эмоциям не просвещенного в вопросах истории и теологии читателя: посредством слов и словосочетаний с негативной семантикой («мученическая смерть», «смыть вину», «раскол», «погибель», «уклониться от Церкви»), а также с помощью иронии, переданной через использование кавычек, автор формирует у реципиента отрицательное отношение к старообрядчеству. Бездоказательно, на уровне эмоций выдвигается обвинение старообрядцев в отходе от православия. С помощью виртуального образа старообрядца-вероотступника вектор текста разворачивается на дискредитацию сообщества РСПЦ и, как можно предположить, на внесение розни в среду православных верующих.

Макроконтекст может кардинально изменить первоначальное направление вектора смысловой единицы, заданное микроконтекстом. Так, положительно-окрашенная лексема в определенном макроконтексте может служить деструктивным целям, или слово с нейтральным значением может приобрести негативный оттенок. В последнем случае мы имеем дело с *разновекторностью* лексической единицы как ее способностью реализовывать различные социальные функции (т.е. приобретать разные векторы) в зависимости от общего контекста.

Примером изменения вектора смысловой единицы с нейтральным значением под влиянием макроконтекстуальных факторов является употребление этнонимов – например, слова «русский» / «Russian». В настоящее время все чаще этому понятию придается узкоэтнический смысл – в отличие от прежнего цивилизационного или национального значения. Слова «русский» стараются избегать, заменяя его на менее привычное «россиянин». Лексема «русский» часто тиражируется СМИ в сочетаниях «Русские идут!», «Русский марш», «русские фашисты», «русские националисты», «Россия для русских» и др., и в непосредственной близости от таких наименований, как «расисты», «фанаты», «скинхеды», «скины», «бритоголовые», «радикалы». В контексте усиления межнациональной напряженности в стране вектор этого слова развернут силами СМИ в направлении разжигания вражды. Аналогичное явление можно наблюдать и с клише «лицо кавказской национальности», которое совсем недавно широко применялось СМИ и правоохранительными органами для нейтрального обозначения правонарушителей – выходцев с Кавказа. Постепенно вектор этого клише сместился в сторону унижения достоинства, и законодательно была введена в употребление формулировка «лицо неславянской внешности», которая, по нашему мнению, еще больше разжигает межэтническую вражду, противопоставляя по внешним признакам национальное меньшинство титульной нации.

В ходе исследования мы установили, что эффективным средством придания всему сообщению определенного вектора является *дисперсия ключевых*

**эмоционально-оценочных лексем** – маркеров интенции автора. Данные маркеры могут функционировать на парадигматическом и синтагматическом уровнях. На парадигматическом уровне особую роль играют *синонимические ряды* оценочной лексики, которая может быть мелиоративной или пейоративной – в зависимости от интенции автора. Выбирая маркеры той или иной оценочности, можно сформировать положительный или отрицательный образ изображаемого объекта. Так, мелиоративная или пейоративная оценка может быть выражена словами и словосочетаниями с соответственно положительной или отрицательной семантикой. Ср.<sup>18</sup>:

мелиоративная оценка:

*вдохновить, успех, мирная акция, политическая свобода, оплот борьбы, оказание помощи, защита, уберечь, вожди, возрождение, свобода, демократия, совместная работа, лучшее будущее, стабильность.*

пейоративная оценка:

*наемники, бандформирования, коррупция, авантюра, геноцид, тотальный террор, кровавые злодеяния, проливается кровь, военное вмешательство, мятежники, обстрелять, убогое меньшинство, силовики, давление, грабеж, захват территории, подавление инакомыслия, тиран, самый худший диктатор, чудовищная речь, вспышка насилия, зачистка, иллюзии, война, коррумпированные СМИ.*

Мелиоративные и пейоративные оценки могут передаваться также метафорами, пунктуацией (кавычки, восклицательный знак), графемами (прописные буквы). Примеры оценочных метафор:

*«свора собак, каковой является Переходный национальный совет Ливии»; «час Zero Hour»; «уничтожающий ростки демократии»; «праздник демократии»; «"крысы" ищут спасения в бегстве, земля горит у них под ногами»; «отдать страну на откуп»; «ветер перемен»; «африканский король королей»; «прорицатель-психопат Муаммар Каддафи»; «холодок пробежал по коже»; «обе стороны захлебнутся в море крови».*

В следующих примерах маркерами оценочности служат знаки пунктуации (кавычки, указывающие на переносный смысл, иронию и сарказм (а)), а также графемы (прописные буквы) (б):

а) *"план демократизации", "новый демократический строй" [в Ливии], "крысы", "тихая" интервенция, "диктатор" Асад, "гражданская война", "армия освобождения Сирии", "гуманитарная интервенция", а-ля "ливийский поход";*

б) *[народ... остался верен своим] Идеалам, своей Вере, своей Свободе», «Ирония Истории», «Ужасная Жатва Войны».*

На синтагматическом уровне значимыми интенциональными маркерами являются **коллокации** – устойчивые контекстуально-обусловленные словосочетания. Коллокации обуславливают явление разновекторности лексики. Они занимают

---

<sup>18</sup> В Приложении 3 мы приводим синонимические ряды лексики, относящейся к семантическим полям террора, политического военного переворота, подавления, войны, а также иллюстрации выявленных способов оценки явлений в медийных интернет-источниках.

особое место среди оценочных лексем, поскольку, создавая новое конвенциональное использование лексического выражения, задают новую оценку событий и фактов и способствуют созданию и закреплению в сознании целевой аудитории нового имиджа объекта или явления.

Например, анализ показал значительное число материалов в иностранной прессе, содержащих словосочетания «Russian nationalism», «русский национализм» и «русские националисты»<sup>19,20</sup>. Иногда микроконтекст несколько расширен: «русские ультранационалисты», «ethno-Russian nationalism» (англ. «этнорусский национализм»). Эти первоначально свободные словосочетания, перерождаясь в коллокации путем частого их употребления в СМИ, участвуют в процессе продвижения в массовое сознание враждебного, агрессивного образа русского народа. Таким образом, с помощью коллокаций осуществляется формирование новых устойчивых ассоциаций и образов в аргументативном макроконтекстуальном дискурсе, степень закреплённости которых может выявляться в ходе компьютерного анализа.

Приведенные в работе примеры разноплановых медийных посланий с одинаковым вектором подтверждают первостепенное значение фактора целевой установки при анализе текстов потенциально экстремистского содержания. Как показал анализ этих текстов, стилистическое оформление играет второстепенную роль по отношению к аргументативным приемам, используемым для реализации замысла автора. Например, разные по жанру и стилю медийные тексты, декларирующие, с одной стороны, радикальные исламистские установки, а с другой – лозунги в духе «русского национализма», демонстрируют близкие тезисы и аргументы, сходную символику:

*«истории пламя нас жжет без конца», «огонь в сердцах»<sup>21</sup> (Т. Муцураев) ср. «сгореть в очистительном огне»<sup>22</sup> («Северное братство»); ср. «обитатели Огня, они в нем вечно пребывают!» («Держава на исламской крови»<sup>23</sup>).*

*«Армия свободы, лучшие сыны,  
Ведь одной лишь целью все мы сплочены:  
Смерть или Свобода, и огонь в сердцах!  
Содрогнись, Россия, твой последний час!» (Т. Муцураев).*

*Ср. «Мы – единственные, кто имеет Волю и стремление идти до конца в этой войне без правил <...> Мы являемся единственной силой, открыто системно действующей на раскачку*

<sup>19</sup> Umland A. Russia: Nationalism's Revenge [Electronic resource] // Foreign Policy Journal. – URL: <http://www.foreignpolicyjournal.com/2010/12/17/russia-nationalisms-revenge>

<sup>20</sup> Russian Nationalism and the National Reassertion of Russia [Electronic resource] // Routledge. – URL: <http://www.routledge.com/books/details/9780415484466/507>

<sup>21</sup> Муцураев Т. Ты мусульманин [Электронный ресурс] – URL: [http://tv-beksolt.kazan.ws/cgi-bin/guide.pl?action=article&id\\_razdel=12764&id\\_article=22709](http://tv-beksolt.kazan.ws/cgi-bin/guide.pl?action=article&id_razdel=12764&id_article=22709)

<sup>22</sup> Война без правил [Электронный ресурс] // Северное Братство. – URL: <http://www.sb14.org/voina.html> (дата обращения 07.06.2012)

<sup>23</sup> Держава на исламской крови. Часть 1. Казань [Электронный ресурс] // HUNafa. – URL: <http://hunafa.com/?p=3286>

кризисных явлений <...> Российское государство – главный и опаснейший враг Русского народа («Северное братство»).

Различающиеся между собой текстовые послания, апеллируя к этническому самосознанию, эксплуатируя дихотомический фактор «свой – чужой» и используя идентичные аргументы для присоединения аудитории к выдвигаемым тезисам, реализуют одну и ту же интенцию, а именно: вызвать «воодушевление» (по К. Лоренцу, «Begeisterung») <sup>24</sup>, которое подвигает людей на массовые выступления и активные действия агрессивного характера. Векторы этих трех посланий одинаковы: они рисуют один и тот же негативный образ России и, судя по всему, пропагандируют ненависть к Российскому государству.

Исследования показали, что в рамках риторики, которая изучает медийный процесс, лингвостилистический анализ утрачивает свою приоритетность, а между тем именно на нем строится большинство ЛЭ. Таким образом, нам представляется, что в нынешних условиях наиболее целесообразным можно считать *контекстуально-лингвопрагматический анализ в структурно-функциональном аспекте*, который позволяет выявить вектор отдельных смысловых единиц, складывающихся в вектор всего сообщения. *Именно вектор, т.е. социальная функция медийного текста, представляется главным объектом ЛЭ.*

Такой подход дает возможность определить исходный замысел (интенцию) коммуникатора и установить возможность достижения перлокутивного эффекта и его дальнейшего развития (постэффекта), последствия воздействия публикации на реципиента. В итоге, выявляется степень ущерба, причиняемого данным текстом личности и обществу.

В результате исследования мы разработали *модель проведения ЛЭ* конфликтного текста (представлена схематически ниже), опирающуюся на методы структурно-функционального анализа и включающую в себя анализ следующих параметров сообщения:

1. План выражения.

- 1.1. Носитель информации.

- 1.2. Канал восприятия («channel») по Г. Лассуэлу, или задействованные репрезентативные системы в теории НЛП).

- 1.3. Задействованные семиотические системы.

2. План содержания.

- 2.1. Параметры макроконтекста сообщения:

- 2.1.1. Характеристика коммуникатора (возраст, пол, социальные параметры, профессия и/или творческая ниша, уровень образования,

---

<sup>24</sup> Лоренц К. Обратная сторона зеркала: Пер. с нем. / Под ред. А.В. Гладкого; сост. А.В. Гладкой, А.И. Федоров. – М.: Республика, 1998. – 393 с. – (Мыслители XX века)



психологический портрет, степень вовлеченности в деятельность социально-политических, этнокультурных и прочих формальных и неформальных групп, иные релевантные параметры). Данный пункт входит в компетенцию психолога и социолога.

2.1.2. Характеристика аудитории (возрастная категория, пол, социальный статус, образовательный уровень, ценностные ориентиры, этические установки, индивидуальные привычки и склонности). Данный пункт входит в компетенцию социолога.

2.1.3. Время, место и обстоятельства создания и передачи сообщения в социологическом, политическом, психологическом, культурологическом, экономическом, историческом и юридическом контекстах.

2.1.4. Экстралингвистические аспекты сообщения: исторический, религиоведческий, культурологический, психологический и др. в зависимости от содержательной специфики сообщения. В ходе предварительного анализа сообщения выделяются смежные дисциплины, в область приложения которых оно попадает.

2.2. Параметры микроконтекста сообщения:

2.2.1. Жанрово-стилистические особенности текста.

2.2.2. Синтаксическая организация текста.

2.2.3. Паралингвистические особенности текста.

2.2.4. Семантика, вектор отдельных лексем, дисперсия ключевых лексем, коллокации.

2.2.5. Лингвопрагматический анализ текста: исходные посылки аргументации («starting points», по Х. Перельману), аргументативная стратегия, риторические приемы, техники внушения.

3. Вектор текста.

В заключении диссертации подводятся итоги проведенного исследования, формулируются выводы, получившие обоснование в работе, намечаются направления и задачи дальнейшего исследования темы.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

Статьи, опубликованные в журналах, рекомендованных в перечне ведущих периодических изданий ВАК при Министерстве образования и науки России (1,4 п. л.):

1) Синицына М.А. Комплексная экспертиза текста как междисциплинарное контекстуальное исследование: постановка вопроса [Текст] / М.А. Синицына // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия:

**Филология. Теория языка. Языковое образование.** – 2011. – №1 (7). – С. 114 – 119 (0,4 п. л.)

2) Синицына М.А. Аргументативные техники как информационное оружие разрушения государственности [Текст] / М.А. Синицына // **Информационные войны.** – 2012. – №2 (22). – С. 23 – 27 (0,6 п. л.)

3) Синицына М.А. Понятие векторности смысловой единицы в аспекте проведения лингвистической экспертизы текста [Электронный ресурс] / Синицына М.А. // **Современные проблемы науки и образования.** – 2013. – №1. – URL: <http://www.science-education.ru/107-8451> (0,4 п. л.)

**Статьи, опубликованные в других изданиях (0,3 п. л.):**

4) Синицына М.А. Сuggestивность и персуазивность как способы реализации речевой коммуникации [Текст] / М.А. Синицына // **Сборник работ молодых ученых МГПУ. Выпуск XXVII.** – 2009. – С. 179 – 183 (0,3 п. л.)

Подписано в печать: 14.05.2013  
Объем: 1,6 усл.п.л.  
Тираж: 150 экз. Заказ № 870  
Отпечатано в типографии «Реглет»  
101000, г. Москва, Пл. Мясницкие Ворота д.1, стр.3  
(495) 971-22-77 [www.reglet.ru](http://www.reglet.ru)