

© Синецкина М.А.  
Sinitsyna M.

## АРГУМЕНТАТИВНЫЕ ТЕХНИКИ КАК ИНФОРМАЦИОННОЕ ОРУЖИЕ РАЗРУШЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОСТИ

### ARGUMENTATIVE TECHNIQUES AS THE INFORMATION WEAPONS OF STATE DESTRUCTION

**Аннотация.** В статье рассматриваются некоторые техники аргументации, используемые средствами массовой информации и политическими силами для воздействия на общественное сознание в контексте протестных настроений.

**Annotation.** The article focuses on some argumentation techniques used by mass media and political forces to influence public mind in context of protest events.

**Ключевые слова.** СМИ, манипуляция сознанием, аргументация, лексика, протест.

**Key words.** Mass media, mind control, argumentation, vocabulary, protest.

В настоящее время СМИ демонстрируют огромный потенциал не только в высочайшей степени воздействия на массовое сознание, но и в моделировании и реализации геополитических сценариев. В процессе развития и внедрения Интернет-технологий в последние годы манипулятивные возможности СМИ резко возросли. Этот вывод подтверждается успешной реализацией реформирования геополитического пространства и быстрой сменой политических режимов в ряде стран Европы и Ближнего Востока.

В условиях обострения политической ситуации сценарии войн нового поколения во многом реализуются с помощью метода «мягкой силы» – soft power, предполагающего воздействие на противника не боевыми средствами, а через народную демократию, культурные и общественные инициативы, институты гражданского общества. СМИ выполняют функцию «промоутера» данных инициатив, их популяризатора; они «представляют собой особую и решающую компоненту «мягкой силы», реализуемую на практике геополитическими игроками» [1].

СМИ могут косвенно влиять на общественно-политические процессы, оправдывая и провоцируя действия той или иной группы лиц; они могут также непосредственно управлять и координировать эти действия. В первом случае СМИ оказывают вспомогательную информационную поддержку, тенденциозно освещая конфлик-

ты, выдавая провокационные материалы, способствующие разжиганию конфликта или его направлению в необходимое русло. Так, немаловажную роль СМИ сыграли в событиях, связанных с российско-грузинским конфликтом в 2008 году, событиями в Ливии 2011 года, военными действиями в Косове и Ираке.

Во втором случае СМИ дают конкретные установки на определенные действия, непосредственно моделируя и запуская политические процессы. Именно через социальные сети Интернет-пространства в 2010 – 2011 гг. были «запущены» революции «арабской весны», координировались действия повстанцев, консолидировались антиправительственные силы. Госсекретарь США Хиллари Клинтон в своем выступлении по вопросам свободы в Интернете заявила, что быстрая смена власти в Египте и Тунисе стала возможна, прежде всего, благодаря Интернету и социальным сетям [2]. Она назвала Интернет «мировой городской площадью», где люди собираются, чтобы объединяться друг с другом [3]. В Белоруссии акции протеста 2011 г. открыто назывались «Революцией через социальную сеть», так как подробный план действий участников акций публиковался и распространялся в социальной сети «ВКонтакте» [4]. Также социальные сети активно использовались для организации антиправительственных протестов в Иране, Йемене, Алжире, Иордании и Сирии [5].

*Синецкина Мария Александровна – аспирантка, Институт иностранных языков Московского городского педагогического университета (МГПУ), тел. (495)543-36-76.*

*Sinitsyna Maria – a postgraduate, Foreign languages institute of the Moscow city teachers training university, tel. (495)543-36-76.*

Важнейшей прикладной задачей экспертов, изучающих социально-политическое поведение СМИ, является выявление и предотвращение действий и процессов в медийной среде, направленных на расшатывание и разрушение государства, а также направление СМИ на конструктивное участие в осуществлении национальной политики государства, на реализацию задач по его укреплению.

Определяющее значение для эффективной подачи и должного восприятия той или иной информации имеет аргументация. Но не все ее методы являются явными для реципиента. Часто адресат попадает в ловушки, сознательно или несознательно расставленные коммуникаторами при помощи разнообразных языковых трюков. Логичными считаются рассуждения (умозаключения), совершаемые по правилам научной логики. Однако многие рассуждения, мимикрирующие под логичные, в действительности оказываются псевдологичными, логичнообразными или в лучшем случае лишь частично логичными. В терминологии Хаима Перельмана (1912 – 1984), творца теории аргументации нового времени и апологета метода «структурирования новой реальности» с помощью медийного слова, это квазилогические аргументы (quasi-logical arguments) [6]. Псевдологичность – один из наиболее действенных персуазивных методов донесения информации в нужном коммуникатору ключе. При внешней логичности последовательности мыслей и выводов умозаключения оказываются сформированными с нарушениями законов логики. Другими словами, они отражают логическое мышление с отсутствием одного и/или нескольких логических законов. Манипуляция или пренебрежение законами логики порождает противоречивые выводы, ложные умозаключения. Такие действия могут быть неумышленными, так как часто отправитель сообщения не знает логических правил или имеет о них весьма примитивное представление (в таком случае говорят о паралогизме – непреднамеренной логической ошибке). Однако во многих случаях имеет место использование логических несоответствий в целях манипулирования сознанием реципиента и создания устойчивых ассоциаций и имиджевых представлений, характерных для наведенного сознания. В этом смысле псевдологичная подача материала относится уже не к сфере убеждения, а скорее к сфере внушения. Применение квазилогических аргументов можно рассматривать как манипулятивный прием, который вводит реципиента в заблуждение и создает симулякры.

О наиболее частых и возможных нарушениях логики в сочинениях на социальные темы подробно пишет

философ А.А. Зиновьев в своей книге «На пути к сверхобществу». Ввиду смежности предмета СМИ и социальных процессов представляется возможным экстраполировать его выводы и на тексты СМИ. В качестве первого требования логики, которое часто нарушается, является определенность и однозначность терминологии. В результате многосмысленности многих социально значимых понятий, например, таких как «демократия», «свобода», «независимость», «капитализм», «коммунизм», «безопасность», «культура» возникает произвол в оценочных суждениях, в зависимости от того, какой личный смысл в подобного рода расплывчатые абстрактные понятия вкладывают автор сообщения и реципиент. Как утверждает исследователь, некоторые из таких неустойчивых понятий «вообще утратили всякий смысл, превратившись в идеологически-пропагандистские фетиши»: «Люди вроде бы употребляют одни и те же слова и говорят об одном и том же, но на самом деле они говорят на разных языках, лишь частично совпадающих, причем манипулируют словообразными феноменами, как правило, лишеными вразумительного смысла» [7, с. 55]. Речевые структуры, основанные на лексической неопределенности, получили название «splendid generalities» («пустые банальности», «прекрасные абстракции») – утверждения, не несущие, как правило, точной, конкретной информации, но воздействующие на логические представления реципиента с помощью различных семантико-стилистических и синтаксических манипуляций.

Подтверждение этих мыслей мы находим в труде политолога С.Г. Кара-Мурзы «Оранжевая мина», описывающего методы проведения «цветных» революций. Исследуя язык Майдана, он подчеркивает его иррациональность: «Там говорили и думали о свободе, Европе и рок-музыке». Цитируя публициста В. Осипова, С.Г. Кара-Мурза показывает, что алогичность, многосмысленность и неопределенность могут проявлять и целые высказывания: «Ющенко говорил удивительные вещи (ничего подобного украинцы не слышали никогда): вы навсегда запомните эти дни! Они пересекут вашу жизнь чертой! Вы никогда уже не будете прежними! Здесь и сейчас вы стали народом, решающим судьбу страны! Вы будете рассказывать внукам, что были с нами на Крещатике. Не дайте поставить себя на колени!» [8, с. 151]. Вопреки или даже благодаря алогичности подобные речи оказывают сильное эмоционально-психическое воздействие. По Г. Лебону, провозглашающему превосходство чувства над разумом в вопросах общения с народными массами, чувственные образы и ассоциации, вызываемые определенными словами и их сочетаниями, обладают намного более дей-

ственной силой внушения, нежели логика речи. Поэтому обращение к чувствам является необходимым условием манипуляции массовым сознанием (в отличие от индивидуальной психики), которое вызывает в коллективе подражание, цепную реакцию и психическое заражение толпы [9].

Такое стихийное распространение массового чувства можно было наблюдать и в России, во время протестных митингов, организованных 10 декабря 2011 г. на Болотной площади и 24 декабря 2011 г. на проспекте Сахарова в Москве. Там скандировались не менее алогичные и размытые лозунги, призванные сплотить толпу и нацелить ее на активные действия: «Россия будет свободной!», «Время брать власть!», «Это наш город!», «Свободу политзаключенным!», «Мы здесь власть!», «Власть народу!», «Один – за всех, все – за одного!», «Власть миллионов, а не миллионеров!», «Верните наш голос!», «Требуем свободных выборов!», «Россия – наша страна!», «Не забудем, не простим!», «Мы придем еще!», «Завершим декабрь так: над Кремлем – наш флаг!».

Таковыми же неопределенными, но эмоционально сильно нагруженными, были и высказывания ораторов со сцены: «Не бойтесь, мы встретимся еще!», «Мы должны сменить власть!», «Наступает ваш час!», «Сейчас ваше время!», «Мы запомним этот день, мы будем его отмечать еще долгие годы», «Вы молодцы, не будет стыдно вашим матерям и вашим будущим детям!», «Верните то, что наше!», «Мы выведем миллион человек!», «Нас будет в пять раз больше».

Если проанализировать выступление одного из ораторов на наиболее многочисленном митинге оппозиции, 24 декабря, то в его форме и содержании можно четко проследить технологию нейролингвистического программирования (НЛП). Свое крайне эмоциональное и экспрессивное выступление он начинает с эффективного НЛП-приема «разрыв шаблона» – введение в замешательство посредством неожиданного действия, в данном случае – речевого, для усиления степени внушаемости реципиента. Он обращается к толпе единомышленников насмешливыми словами своего политического оппонента: «Привет бандерлогам от сетевых хомячков». Этим оратор не только моментально захватывает внимание аудитории, но и, вызывая устойчивые ассоциации и смех, отсылает ее к автору этих слов, обращая его шутку против него же самого. Элемент иронии или сарказма обычно служит высмеиванию объекта и его уничижению. В последующей речи оратора звучат еще две шутки, нацеленные на диффамацию представителей власти: «Ботокс не греет» (про процедуры омоложения, которы-

ми, по его мнению, пользуются правители) и про рабочего из Нижнего Тагила, которому «сделали «темную» прямо в раздевалке». При этом упоминание Тагила вызывает ассоциации с «народной» юмористической передачей «Наша Russia» и апеллирует к положительным эмоциям, на фоне которых сразу звучит отстраненный лозунг «Мы здесь власть!». Наряду с иронией выступающий использует аллюзию и метафору: «Возможно, просто во времена Киплинга не было телевизора. И тогда бы было сразу понятно, кто здесь питон, а кто маленький трусливый шакал. А сейчас они с помощью своего зомбоящика пытаются доказать нам, что они действительно большие и страшные звери. Но мы знаем, кто они – маленькие, трусливые шакалы». Прием иронии и аллюзии использовали и другие выступающие: «Русская смута, как мы знаем, начинается с царя Бориса и кончается Лжедмитрием».

Создание эффекта общности интересов коммуникатора и реципиента достигается посредством повторения местоимения «мы», что способствует отождествлению слушателей с оратором. Так, за 8,5 минут, в течение которых длилась речь оппозиционера, слово «мы» прозвучало 51 раз, в то время как «я» – всего лишь 8 раз: «Мы победим!», «Мы будем вместе!», «Мы не хотим больше ждать!», «Мы не будем молчать!» «В следующий раз мы заберем власть себе. Мы победим, потому что мы правы!» С помощью техники рассеивания ключевых слов-якорей внушается главная цель митинга – давление на власть: слово «власть» прозвучало в этом выступлении 14 раз.

Задачу поддержания постоянного контакта с аудиторией выполняли регулярно задаваемые вопросы (в общей сложности – двадцать). Для присоединения и ведения аудитории (в НЛП – достижения раппорта, т.е. доверительного взаимодействия на уровне подсознания) оратор с определенной периодичностью обращался к толпе с вопросом: «Да или нет?», на что толпа немедленно реагировала ответным криком. Таким способом обеспечивалось создание иллюзии всеобщего единения и массового «воодушевления» («Begeisterung» по К. Лоренцу) как неперемного условия успешного внушения и перехода к действию. При этом ответ «НЕТ!» прозвучал 9 раз (в контексте пассивности, терпения и обличения власти с приписываемыми ей «мигалками», «привилегиями» и «нефтью»); ответ «ДА!» – 13 раз в контексте притязания на власть и призывов к действию: «Мы будем настаивать, и мы заставим отдать то, что принадлежит нам по праву. Да или нет?» Вопрос как элемент рефлексивного «внутреннего диалога» обеспечивает отсечение критического мышления, поскольку в данном случае аудитории уже предлагаются готовые ответы: – Кто здесь власть? –

Мыы! Также предвосхищение реакции аудитории реализовывалось с помощью произнесения начала крылатой фразы, которую тут же воодушевленно подхватывала толпа: – Один за всех! – И все за одного!

Анафора (повторение какого-либо элемента содержания или формы высказывания) усиливает эмоциональный тон сообщения и закрепляет посылаемые установки в подсознании реципиента. Синтаксическая анафора в речи оратора накаляет негатив по отношению к ее объекту: «Где этот человек? Вы его видите? Он здесь?» Лексическая анафора усиливает волну протеста: «Мы хотим мигалок? Мы хотим привилегий? Мы хотим пить нефть?» Последняя фраза в силу своей абсурдности оказалась очередным разрывом шаблона, введшим некоторых в кратковременное замешательство (трансное состояние). Другой пример лексической анафоры: «Вы готовы ждать? Вы готовы ждать два года? Вы готовы ждать неделю?» И затем на пике эмоций следуют достаточно серьезные высказывания, которые можно рассматривать как угрозу: «Отдайте прямо сейчас! Мы заберем сами! Я вижу здесь достаточное количество людей, чтобы взять Кремль и Белый дом прямо сейчас. Но мы мирная сила. Мы не сделаем этого ПОКА! Но если это жулье и ворье будет и дальше пытаться обманывать нас, будет пытаться и дальше врать нам, и воровать у нас, мы заберем сами! Это наше!» В последних двух фразах оратора присутствует смысловая расплывчатость, так как не конкретизируется, что именно имеется в виду под дейксисом «это» и как именно «мы» сможем «это» забрать. В следующей фразе помимо лексической анафоры для усиления воздействия применяется пресуппозитивный прием – предварительное предположение несомненности содержания всего высказывания: «Мы знаем, зачем мы здесь. Мы знаем, зачем мы собрались». Также: «Вы все прекрасно понимаете, что будущее за нами!», «Мы знаем, что мы будем делать».

Любое внушение должно заканчиваться главной установкой на действие, ради которого оно проводилось. И оратор завершает свою речь уже личным обращением: «Я увижу вас в следующий раз». Эта завершающая фраза является проспективной моделью будущей деятельности и призвана обеспечить массовость следующего митинга.

В финале митинга на Болотной площади в качестве закрепляющего якоря, обеспечивающего рефлекссию, прозвучала песня С. Цоя «Перемены» – культовая песня времен перестройки и гимн протестных выступлений в Белоруссии в 2011 г. (запрещена на Белорусском радио), – сочинение такого же неопределенного содержания, что и лозунги.

Оба митинга были организованы силами

Интернет-медиа, велась их онлайн-трансляция, а записи и транскрипты выступлений распространялись впоследствии на различных Интернет-ресурсах. Таким образом, СМИ явились инициаторами и трансляторами происходящих в столице событий, а речевые техники аргументирования послужили инструментом усиления внушаемости аудитории и воздействия на общественное сознание.

Трактовка происходящих в мире событий, отношение к ним во многом зависят от того, как СМИ идентифицируют эти события и их участников с помощью используемых для этой цели языковых средств. Наиболее распространенным средством является оценочная лексика. Мелиоративная (одобрительная) оценка выражена семантикой слов и словосочетаний, имеющих положительную коннотацию: вдохновить, успех, мирная акция, политическая свобода, оплот борьбы, оказание помощи, защищать, уберечь, во имя человечности, вождь, отец нации, возрождение, свобода, демократия, совместная работа, лучшее будущее, стабильность. Пейоративная (отрицательная) эмотивность передана, например, семантикой следующих лексем: наемники, толстосумы, геноцид, террор, кровавые злодеяния, проливается кровь, мятежники, расстрелять, убогое меньшинство, силовики, давление, грабеж, захват территории, подавление инакомыслия, тиран, диктатор, вспышка насилия, зачистка, иллюзии.

Весьма экспрессивными средствами, передающими эмотивную оценку, являются оценочные метафоры: «[Западные лидеры сами] нарисовали себе «новый демократический строй» в Ливии»; «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» и т.п.

Возвращаясь к феномену подмены понятий, стоит отметить, что в СМИ для обозначения действий, имеющих негативные последствия, широко используются эвфемизмы – более благозвучные определения грубых или непристойных выражений. В медийных сообщениях эвфемизмы часто употребляются для смягчения негативной нагрузки на текст, а также для сокрытия истинной сути явления и придания ему нового содержания. Так, бандитские формирования называют борцами за свободу, наемников – добровольцами, войну – освободительным движением, военные действия – принуждением к миру, уничтожение авиации – бесполетной зоной, сепаратистов – борцами за независимость, захватчиков – миротворцами и т.п.

Часто эвфемизмы представлены нейтральной лексикой абстрактно-неопределенного значения, которая

выполняет мелиоративную функцию, «прикрывая» негативный смысл происходящего. К примеру, таковы лексемы, которые в контексте антигосударственных действий допускают множественность смыслов и интерпретаций: люди, жители, граждане, участники акции, группа из [пяти] человек, погибшие, манифестанты, демонстранты, митингующие, недовольные действующим режимом и др., относящиеся к участникам антиправительственных выступлений; выступать [против], (по)требовать, собраться, приложить [все усилия], участвовать, (от)реагировать, отвергнуть, не уйти с улиц, идти по городу, ужесточить позицию в значении «участвовать в выступлениях и боевых действиях против законного правительства»; мирная акция протеста, операция, требования, революционная активность, сопротивление, события, конфликт, столкновения, народные волнения, обозначающие «антиправительственные выступления». С помощью нейтральной лексики антиправительственные выступления и их участники как бы легитимизируются, смысловое содержание лексем в виртуальном изображении переносится на их денотат вне зависимости от реальной картины происходящего.

Таким образом, использование синонимической лексики, относящейся к семантическим полям политиче-

ского военного переворота, террора, подавления, войны позволяет придать тексту то звучание, которое соответствует интенции автора.

Эмоциональные оценки одних и тех же событий и акторов определяются идеологической направленностью информационного источника. Выбор тех или иных слов из синонимических рядов не просто выражает оценку действий – он формирует наведенные, имиджевые представления об участниках восстания, правительстве, войне в целом. Предлагаемые СМИ виртуальные образы замещают реальные события в сознании реципиентов по всему миру. Именно выбор оценочной лексики из синонимических рядов обуславливает вектор сообщения, его функциональную социально-политическую направленность.

Как мы видим, язык предлагает богатый выбор разнообразных аргументативных техник и речевых приемов, широко применяемых политическими силами и средствами массовой информации для воздействия на массовое сознание и управления общественными процессами. Знание этих техник позволяет критически оценивать медийную информацию и вырабатывать соответствующие методы противодействия.

#### Литература

1. Graziani T. Media, "soft power" e prassi geopolitica tra Europa e Russia. // *Eurasia. Rivista di studi geopolitici* [Электронный ресурс] – 2011. – Режим доступа: <http://www.eurasia-rivista.org/media-soft-power-e-prassi-geopolitica-tra-europa-e-russia/12448/>.
2. Ворошилов Д. США считают интернет основным инструментом продвижения демократии // *Российское агентство международной информации «РИА Новости»* [Электронный ресурс] – 2011 – Режим доступа: <http://ria.ru/world/20110215/334656517.html>.
3. Hillary Clinton: Internet repression 'will fail' // *BBC* [Электронный ресурс] – 2011. – Режим доступа: <http://www.bbc.co.uk/news/world-us-canada-12475829>.
4. В Белоруссии снова начинают «революцию через социальные сети» // *Информационное агентство «Росбалт»* [Электронный ресурс] – 2011. – Режим доступа: <http://www.rosbalt.ru/exussr/2011/09/20/891814.html>.
5. США поддержат российских интернет-активистов // *Русская служба Би-би-си* [Электронный ресурс] – 2011. – Режим доступа: [http://www.bbc.co.uk/russian/international/2011/02/110216\\_clinton\\_internet\\_support.shtml](http://www.bbc.co.uk/russian/international/2011/02/110216_clinton_internet_support.shtml).
6. Gross A.G., Dearin D.R. Chaim Perelman – Нью-Йорк: State University of New York Press, 2003. – 167 с.
7. Зиновьев А.А. На пути к сверхобществу [Текст] – СПб.: Издательский Дом «Нева», 2004. – 608 с.
8. Кара-Мурза С.Г. Оранжевая мина [Текст] – М.: Алгоритм, 2008. – 240 с. – (Южная Русь).
9. Лебон Г. Психология народов и масс [Текст] – СПб.: Макет, 1995. – 316 с.

Материал поступил в редакцию 10. 14. 2012 г.