
ПРАВОВАЯ КУЛЬТУРА И ОБРАЗОВАНИЕ

Людмила Александровна Брусенская

*Профессор кафедры русского языка и культуры речи Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), доктор филологических наук, профессор
E-mail: brusensk@yandex.ru*

Элла Германовна Куликова

*Профессор кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин Ростовского института (филиала) ВГУЮ (РПА Минюста России), доктор филологических наук, профессор
E-mail: kulikova_ella21@mail.ru*

Михаил Ильич Кацарский

*Доцент кафедры теории права и государства Российского университета дружбы народов, кандидат юридических наук, доцент
E-mail: katsarskiy-mi@rudn.ru*

ВЕРБАЛЬНОЕ МАНИПУЛИРОВАНИЕ КАК ЛИНГВОЮРИДИЧЕСКОЕ ПОНЯТИЕ*

***Аннотация.** Актуальность статьи связана с недостаточной изученностью манипулятивных приемов и необходимостью их регуляции с точки зрения юридической лингвистики для укрепления правовой культуры. Правовой оценке феномена вербальной манипуляции будет способствовать исчисление манипулятивных приемов на уровне лингвоюридического словаря и анализ контрманипулятивных техник. Цель статьи – анализ приемов манипулятивного воздействия. Предметом исследования выступают манипулятивные стратегии и тактики публичной коммуникации. Научная новизна статьи заключается в рассмотрении феномена вербального манипулирования в аспекте современной юридической лингвистики. В исследовании были использованы аналитико-описательный и коммуникативно-прагматический методы, метод контент-анализа.*

***Ключевые слова:** юридическая лингвистика, речевое воздействие, феномен вербального манипулирования, лингвоюридический словарь.*

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и МОНРИОО в рамках научного проекта № 21-512-07002.

Ludmila Alexandrovna Brusenskaya
*Professor of the Russian Language and Standard of
Speech department,
Rostov State University of Economics (RINKh),
Doctor in Philology, Professor*

Ella Germanovna Kulikova
*Professor of the department of
Humanitarian and Social-Economic Disciplines,
Rostov Institute (the brunch) of
All-Russian State University of Justice
(RLA (Russian Law Academy of the Ministry of
Justice of Russia), Doctor in Philology, Professor*

Mikhail Il'ich Katsarsky
*Associate Professor of Theory of Law and State
department,
RUDN University (Peoples' Friendship University
of Russia),
Candidate of legal sciences, Docent*

Verbal Manipulation as Lingual and Juridical Concept

Annotation. *The relevance of the article is due to the lack of exploration of manipulative methods and the need to regulate them from the point of view of legal linguistics aimed to strengthen the legal culture. The authors claim that enumeration of manipulative methods by means of lingual juridical dictionary and analysis of contra-manipulative techniques contribute to legal evaluation of the phenomenon of verbal manipulation. The purpose of the research is to analyze manipulative devices. The subject of the research is represented by manipulative strategies and tactics of public communication. Scientific novelty is realized through the description of the phenomenon of verbal manipulation in the light of modern legal linguistics. The authors apply analytical-descriptive and communicative-pragmatic methods, and the method of content-analysis.*

Keywords: *legal linguistics, oral impact, phenomenon of verbal manipulation, lingual juridical dictionary.*

Манипуляция в современном понимании включает в себя убеждение, приказ и манипулирование, причем последнее трактуется как некорректный деструктивный прием, которому необходимо противодействовать и исключение которого из публичного общения будет способствовать все большему утверждению демократической, в полном смысле этого слова, правовой культуры.

Как известно, аргументы в риторике подразделяются на естественные (документы, данные экспертизы и научного анализа) и искусственные. Последние, в свою очередь, делятся на логические, этические, апеллирующие к общности нравственных, этических установок оратора и аудитории (у Аристотеля — «доводы к этосу») и чувственные — обращенные к страстям, настроениям аудитории (у

Аристотеля — «доводы к пафосу»). Возможны и иные классификации, например, когда естественные и логические доказательства объединяются под общим названием *ad rem* (лат. «довод к делу», ср. *res* «сущность, суть») — по существу, это доводы «к здравому смыслу». Этим доказательствам противопоставлены остальные искусственные доказательства *ad hominem* (лат. «довод к человеку»). Доводы *ad rem* наиболее эффективны тогда, когда тезис, кроме словесных приемов, основан на серьезных фактах. В данном случае важно умение говорящего (пишущего) облекать данные факты в соответствующие средства языкового выражения.

Доказательства *ad hominem* — иррациональные, эмоциональные аргументы, или доводы к чувству; это приемы, используемые для психологического влияния на адресата речи. Доказательства *ad hominem* не относятся к сущности дела. Поэтому их иногда именуют «псевдоаргументами», а также нерациональными, внелогическими способами доказательства. В античной риторике статус подлинных аргументов имели только те, которые опирались на рациональное начало. Доказательства *ad hominem* Аристотель в «Риторике» сравнивал с испорченным прибором («как если бы кто-нибудь искривил ту линейку, которой ему нужно пользоваться»), а П. С. Пороховщиков (Сергеич) в «Искусстве речи на суде» (первое издание в 1910 г.) называл эти доказательства «свидетельством о бедности».

Наиболее существенны, конечно, естественные доказательства — ссылки на цифры, факты, данные, реальность которых подтверждена экспертизой или научными исследованиями. Прием использования фактов для доказательства или опровержения иногда называют аргументом к реальности. Это самые сильные аргументы: ср. лат. *Contra factum non est argumentum* «против факта нет доказательств» или старинную поговорку Факты — упрямая вещь. Известны 4 принципа оценки достоверности фактической информации: 1) открытый перечень источников информации; 2) независимость источников информации; 3) компетентность источника информации; 4) добросовестность источника информации.

Этические аргументы (доводы к этосу) опираются на общие для данного этноса (или для определенной социальной группы внутри этноса, для людей одной конфессии и т. п.) нравственные представления, представления о правовой культуре общества. Опорой для этих аргументов служит коллективный опыт. Фактически это доводы к сопереживанию или отвержению. Аргументы к страстям (доводы к пафосу) апеллируют к чувствам человека, затрагивают личные интересы человека. Фактически это угрозы или обещания: говорящий ссылается на что-то желательное и рассматривает его как хорошее (аргумент к обещанию) или ссылается на нечто нежелательное (бедность, болезнь, моральные мучения и т. п.). Нередко угроза и обещание сочетаются (воздействие методом «кнута и пряника»).

Манипуляция — явление, противоречащее этическим нормам, правовой культуре. Для него характерны следующие параметры: «переложить ответственность за совершаемые действия на адресата, причем так, чтобы у последнего создалась иллюзия свободы в принятии решения» [1, с. 21]; в процессе манипуляции имеет место коммуникативный поступок с демонстрируемой интенцией «принести благо кому-либо» и скрываемой интенцией «получить выгоду» [2, с. 232].

Юридическая практика демонстрирует регуляцию вербальных конфликтов на основе правовых установлений, которые, в свою очередь, санкционированы

государственной юриспруденцией и осуществляются государственной судебной системой. В основе речевой коммуникации должны не только (и не столько) осуществляться принципы кооперативного общения, к которым, в первую очередь, относятся речевые нормы, но и соблюдаться законодательные нормы — от общего законодательства (Уголовный и Гражданский кодексы) до профильного (соответствующего для этой сферы закона, к ним относятся законы о СМИ, о рекламе).

Если в рекламе, например, распространение ложного факта или заведомый обман наказуемы, то манипулятивные стратегии и тактики не получают правовую оценку и находятся вне правового регулирования. Социум в полной мере осознает губительные последствия, которые может причинить и уже причиняла заведомо ложная реклама, и потому разработало механизмы защиты (закон о рекламе).

От журналистов законодательно требуется объективность и достоверность информации, однако это не избавляет от обилия фейковых манипуляций. Чаще всего манипуляция сознанием слушателей (читателей) происходит в массмедийных экономических текстах, текстах о культуре, системе развлечений и досуге, поскольку к такой информации у реципиента нет отрицательного отношения. И. Г. Катенева в своей диссертации отмечает, что «манипуляция, помимо коррекции читательского мировоззрения, реализуется для того, чтобы снять с журналиста (редакции) этическую и юридическую ответственность за сообщение негативных сведений об объекте дискредитации» [3, с. 10]. Проблема состоит в том, что манипулятор остается безнаказанным.

Выделяют три разновидности манипуляции информацией — искажение, селекция и умолчание, которые достаточно трудно четко дифференцировать, поскольку они тесно переплетены и взаимосвязаны.

Современное коммуникативное пространство дает множество примеров манипуляции, связанных, например, с работой медицинских учреждений. Налицо многоступенчатая манипуляция, но в правовое поле действия манипуляторов попадают не вследствие идентификации вербального манипулирования как такового, а потому, что медицинские учреждения не имеют права без письменного согласия адресата предлагать какие-либо услуги по телефону (но этого, как правило, не знают рядовые граждане).

«Манипулирование содержит вариативный набор методов и приемов для целенаправленного воздействия на психику, вторую сигнальную систему и компоненты сознания объекта воздействия» [4, с. 6], а «рост манипулятивного воздействия порождает поиск способов выявления манипулятивных технологий и противодействия им» [2, с. 219].

В качестве одного из приемов, используемых с целью манипулирования, препятствующих правовой культуре общества, можно назвать умолчание. Манипулятор желает утаить важную составляющую от реципиента и вводит такую информацию при описании, которая будет выигрышной для него, но введет в заблуждение реципиента. При этом часть информации сознательно скрывается.

Если при честном убеждении структура доказательства отчетливо выявляется, а не скрывается, то при манипулировании иначе [5, с. 49].

Эвфемизация, которая может служить благим целям толерантности и политкорректности, нередко оказывается инструментом манипулирования.

Наиболее часто в коммерческой рекламе встречается квезиция. Этот прием полностью является манипулятивным: манипулятор с помощью двойного вопроса навязывает пресуппозицию. Важные факты представляются не как требующие доказательства, а как нечто хорошо известное и само собой разумеющееся. *Quaesitio* (лат), или нечестный вопрос, — это вопрос, в который входят два вопроса. Для примера можно привести часто встречающиеся и уже ставшие привычными зачины в рекламных текстах [6; 12]: Знаете ли вы, что нет лучшего средства для... (преимущество рекламируемого товара утверждается как само собой разумеющееся).

В современный научный обиход введено понятие «речевая контрманипуляция», которая, по мнению Г. А. Копниной, представляет собой генеральную стратегию воздействия, направленную на нейтрализацию манипулятора с помощью речевого сопротивления и/или уклонения от его воздействия [7]. Эта стратегия предполагает конкретные тактики прямого речевого сопротивления «манипулятору — с помощью конкретных тактик: постановки вопроса о намерениях манипулятора, обнажения манипулятивных речевых действий, тактики приведения контраргумента и тактики отказа изменить поведение в нужную манипулятору сторону» [8, с. 11].

Активным противодействием манипулятивным тактикам мог бы стать специальный лингвоюридический словарь, наглядно представляющий, исчисляющий все манипулятивные приемы. Проблема лексикографирования манипулятивных техник уже более двух десятков лет обсуждается в лингвистической литературе. Впервые о словаре манипулятивных речевых техник как лингвоюридическом словаре особого типа было сказано В. Д. Девкиным в статье «О неродившихся немецких и русских словарях». Он назвал этот словарь «потенциальным»: «очень сложны для составления словари манипулятивных техник, типовых конструкций осуществления разных типов обмана, введения в заблуждение, моделей лицемерных ханжеских высказываний и т. п.» [9, с. 87]. Однако при всей сложности такой работы типовые конструкции, посредством которых осуществляется манипулирование, могут и должны получить описание. «Повторяясь регулярно в типичных речевых актах манипулирования, разноуровневые единицы типизируются в качестве маркеров феномена манипуляции, а значит — могут быть описаны на уровне словаря» [10, с. 169]. Словарь манипулятивных техник будет устроен таким образом, что в него войдут и отдельно будут паспортизованы манипулятивные техники, использование которых в большей степени позволит отнести тот или иной тип текста (дискурса), отдельных дискурсивных практик к манипулятивным, т. е. манипулятивные приемы, встречающиеся в медиатекстах, надписях на продуктах питания или косметике, политической рекламе, в обращениях политиков. Адресантом используется такой прием, когда местоимение «мы» — личное местоимение в форме 1-го лица множественного числа — превращается в идеологему единения, обыгрывание концепта «свои/чужие»; для коммерческой рекламы характерна квезиция в различных ее вариантах.

По справедливому мнению А. С. Петраковой, «общество, в котором манипуляционное управление становится системным и в котором социальные отношения включают манипуляцию сознанием на базовом уровне, не может быть

стабильным и не обладает положительным будущим, основанным на гармонии интересов» [11, с. 3–4]. Поэтому все усилия по искоренению манипулятивных практик и активному противодействию им для все большего укрепления правовой культуры в высшей степени оправданны. Как отмечает П. П. Лобас, пока еще слабо изучен «процесс демонтажа манипулятивных схем под воздействием критики или общего роста культуры реципиентов речи» [5, с. 49], однако можно говорить о том, что усилия в этом направлении становятся все более заметными.

Итак, убеждение коренным образом отличается от манипулирования, потому что убеждение — это процесс, при котором используются аргументы, основанные на честности и открытости, говорящий (пишущий) не пользуется так называемыми «запрещенными приемами». Убеждение — центральное понятие еще в классической риторике; оно осуществляется на основе принципа силлогизма, подведения частного случая под общий; его целью является достижение главного качества хорошей речи — ясности. Поэтому важно отделять убеждение от манипулирования. Для отправителя манипулятивного сообщения (продюцента манипулятивной речи, автора манипулятивного текста) ясность важна менее всего. Речевое воздействие может быть рассмотрено в гиперо-гипонимических отношениях, при которых оно является родовым понятием по отношению к видовым — приказу и манипулированию. Манипуляция не способствует распространению правовой культуры, не может быть конструктивным элементом общения, предполагающим доброжелательность и искренность между коммуникантами. Отличить манипуляцию от честного убеждения можно по достижению коммуникативной цели: когда от адресанта можно было добиться каких-то действий, невозможных, например, без применения по отношению к нему манипулятивных приемов.

Актуальная задача состоит в исчислении всех манипулятивных приемов на уровне лингвоюридического словаря, что позволит активно противодействовать манипуляциям, свести к минимуму их влияние на публичную коммуникацию, способствовать повышению уровня правовой культуры.

Пристатейный библиографический список

1. Копнина Г. А. Контрманипуляция в речевой коммуникации: некоторые перспективы изучения // Коммуникативные исследования. 2018. № 2. С. 7–19.
2. Карасик В. И. Языковая спираль: ценности, знаки, мотивы. Волгоград : Парадигма, 2015.
3. Катенева И. Г. Механизмы и языковые средства манипуляции в текстах СМИ (на примере общественно-политических оппозиционных изданий) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Новосибирск, 2010.
4. Кучеренко К. В. Речевое манипулятивное воздействие в политической коммуникации (на материале выступлений испанских политиков) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2013.
5. Лобас П. П. Тропика, синонимика, топика как средства убеждения и манипулирования (на материале текстов общественно-политической тематики) : дис. ... канд. филол. наук. Ростов н/Д, 2011.
6. Черкасова Л. Н. Коммуникативно-прагматический конфликт рекламного слогана // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации : труды

V Юбилейной Междунар. науч.-практ. конференции / редколл. : А. Н. Гуда (предс.) [и др.], Ростов н/Д, 2017. С. 186–191.

7. Копнина Г. А. Речевое манипулирование : учеб. пособие. М. : Флинта, 2012.

8. Петрова М. В. Речевая контрманипуляция в русскоязычных политических видеоблогах : дис. ... канд. филол. наук. Красноярск, 2020.

9. Девкин В. Д. О неродившихся немецких и русских словарях // Вопросы языкознания. 2001. № 1. С. 85–96.

10. Беляева И. В. Феномен речевой манипуляции: лингвоюридические аспекты. Ростов н/Д : СКАГС, 2009.

11. Петракова А. С. Социально-философский анализ трансформации сознания личности средствами манипулятивного воздействия : автореф. дис. ... канд. философ. наук. Краснодар, 2014.

References

1. Koptina G. A. Kontrmanipulyaciya v rechevoj kommunikacii: nekotorye perspektivy izucheniya // Kommunikativnye issledovaniya. [Countermanipulation in speech communication: some perspectives of study // Communicative research.] 2018. № 2. P. 7–19.

2. Karasik V. I. YAzykovaya spiral': cennosti, znaki, motivy. [Language spiral: values, signs, motives.] Volgograd : Paradigma, 2015.

3. Kateneva I. G. Mekhanizmy i yazykovye sredstva manipulyacii v tekstah SMI (na primere obshchestvenno-politicheskikh oppozicionnykh izdaniy). : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. [Mechanisms and linguistic means of manipulation in media texts (on the example of social and political opposition publications) : author's thesis from dissertation for the degree of candidate of philological sciences.] Novosibirsk, 2010.

4. Kucherenko K. V. Rechevoe manipulyativnoe vozdejstvie v politicheskoy kommunikacii (na materiale vystuplenij ispanskih politikov) : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. [Speech manipulative influence in political communication (based on the speeches of Spanish politicians) : author's thesis from dissertation for the degree of candidate of philological sciences.] M., 2013.

5. Lobas P. P. Tropika, sinonimika, topika kak sredstva ubezhdeniya i manipulirovaniya (na materiale tekstov obshchestvenno-politicheskoy tematiki) : dis. ... kand. filol. nauk. [Tropics, synonymy, topic as a means of persuasion and manipulation (based on texts of social and political topics) : dissertation for the degree of candidate of philological sciences.] Rostov n/D, 2011.

6. SHERkasova L. N. Kommunikativno-pragmaticeskij konflikt reklamnogo slogana // Reklama i svyazi s obshchestvennost'yu : tradicii i innovacii : trudy V YUbilejnoj Mezhdunar. nauch.-prakt. konferencii / redkoll : A. N. Guda (preds.) [i dr.]. [Communicative-pragmatic conflict of the advertising slogan // Advertising and public relations: traditions and innovations : works of the V Jubilee International scientific-practical conferences / editorial board : A. N. Guda (pres.) [and others.]] 2017. P. 186–191.

7. Kopnina G. A. Rechevoe manipulirovanie : ucheb. posobie. [Speech manipulation: textbook] M. : Flinta, 2012.

8. Petrova M. V. Rehevaya kontrmanipulyaciya v russkoyazychnyh politicheskikh videobloga : dis. ... kand. filol. nauk. [Speech counter-manipulation in Russian-language political video blogs : dissertation for the degree of candidate of philological sciences.] Krasnoyarsk, 2020.

9. Devkin V. D. O nerodivshihsy nemeckih i russkih slovaryah // Voprosy yazykoznanija. [About unborn German and Russian dictionaries // Questions of linguistics.] 2001. № 1. P. 85–96.

10. Belyaeva I. V. Fenomen rechevoj manipulyacii : lingvoyuridicheskie aspekty. [Phenomenon of speech manipulation : lingvo-legal aspects.] Rostov n/D : SKAGS, 2009.

11. Petrakova A. S. Social'no-filosofskij analiz transformacii soznaniya lichnosti sredstvami manipulyativnogo vozdejstviya : avtoref. dis. ... kand. filosof. nauk. [Socio-philosophical analysis of the transformation of personality consciousness by means of manipulative influence: author's thesis from dissertation for the degree of candidate of philosophical sciences.] Krasnodar, 2014.