



гос. ун-та им. К. Л. Хетагурова. Общественные науки. 2011. № 1. С. 134–139.

⁴² См.: Кодекс судейской этики. URL: <http://docs.pravo.ru/document/view/29761692/36484510> (дата обращения 11.09.2015); Guide to Judicial Conduct. URL: https://www.judiciary.gov.uk/wp-content/uploads/JCO/Documents/Guidance/judicial_conduct_2013.pdf (дата обращения: 22.09.2015).

⁴³ См.: Дубровская Т. Судебный дискурс : речевое по-

ведение судьи (на материале русского и английского языков); Pannick D. Judges. Oxford; N. Y., 1987.

⁴⁴ Pannick D. Op. cit. P. 26.

⁴⁵ См.: Дубровская Т. Судебный дискурс : речевое поведение судьи (на материале русского и английского языков).

⁴⁶ Там же. С. 128.

⁴⁷ См.: Кодекс судейской этики. URL: <http://docs.pravo.ru/document/view/29761692/36484510> (дата обращения: 11.09.2015).

Образец для цитирования:

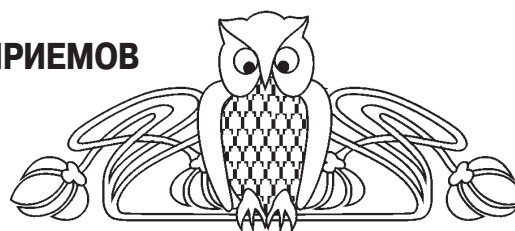
Данкова Н. С. Репрезентация судебной власти в дискурсе российских и английских печатных СМИ : стратегия активации // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2016. Т. 16, вып. 4. С. 452–459. DOI: 10.18500/1817-7115-2016-16-4-452-459.

УДК 811.161.1'42 :070

«НАКЛЕИВАНИЕ ЯРЛЫКОВ» КАК ОДИН ИЗ ПРИЕМОВ МАНИПУЛЯЦИИ ИНФОРМАЦИЕЙ В СМИ

Л. Г. Навасартян

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского
E-mail: chaika115@mail.ru



Статья посвящена проблеме манипуляции информацией в текстах СМИ. Рассматривается один из манипулятивных приемов – «наклеивание ярлыков». Анализируются примеры из современных общественно-политических изданий («Российская газета», «Новая газета», «Московский комсомолец»).

Ключевые слова: язык СМИ, манипуляция информацией, речевое воздействие, наклеивание ярлыков, политический дискурс.

'Labeling' as a Technique of Information Manipulation in Mass Media

L. G. Navasartyan

The article considers the issue of information manipulation in mass media texts. One of the manipulative techniques – labeling – is researched. The examples from the modern general interest media (*Rossiyskaya gazeta*, *Novaya gazeta*, *Moskovsky komsomolets*) are analyzed.

Key words: mass media language, information manipulation, speech impact, labeling, political discourse.

DOI: 10.18500/1817-7115-2016-16-4-459-463

Современные средства массовой информации не просто сообщают о произошедших событиях, а формируют в сознании адресата новые ценностные ориентиры, влияют на мнение, поведение и мировоззрение людей. Поэтому можно утверждать, что СМИ являются мощным инструментом воздействия на массовую аудиторию. В процессе передачи информации особое внимание уделяется отбору языковых средств. Стилистическое многообразие языка позволяет журналистам прибегать к языковому (речевому) манипулированию

информацией. «Языковое манипулирование – это разновидность манипулятивного воздействия, осуществляемого путем искусного использования определенных ресурсов языка с целью скрытого влияния на когнитивную и поведенческую деятельность адресата»¹. Благодаря использованию различных средств языка у журналиста появляется возможность подать информацию так, чтобы навязать адресату необходимое представление о действительности, изменить его отношение к ней. Особая речевая организация текста способствует возникновению заблуждений в сознании адресата, некритично воспринимающего сообщение.

Функция воздействия обуславливает использование стилистически окрашенных слов. Многообразные оттенки эмоционально-экспрессивной окраски принято делить на два больших разряда: с положительной и с отрицательной характеристикой. Положительной характеристикой обладают слова с торжественным, возвышенным, риторическим, возвышенно-поэтическим оттенком, а также слова, содержащие эмоциональную оценку одобрения, ласкательности и т. д. А негативная характеристика выражается словами с неодобрительным, презрительным, укоризненным, ироническим, пренебрежительно-фамильярным, бранным оттенком².

Таким образом, в медиатексте, помимо информации о событии, содержатся дополнительные оценочные смыслы, которые внедряются в сознание адресата. Экспрессивные слова и выражения формируют определенное отношение к сообщаемому явлению, вызывая одобрение, вос-



хищение или, наоборот, неодобрение, презрение. Разнообразные номинации нередко превращаются в стереотипы, штампы или ярлыки, которые тиражируются в прессе.

В данной статье мы рассмотрим один из эффективных приемов манипуляции информацией – «наклеивание ярлыков». Материалом для исследования послужили статьи на общественно-политические темы, опубликованные в «Российской газете» (далее – РГ), «Московском комсомольце» (далее – МК), «Новой газете» (далее – НГ). Выбор материала обусловлен тем, что чаще всего манипулятивные приемы применяются в текстах политического дискурса.

Ярлык представляет собой необъективную, неаргументированную характеристику человека или явления, выраженную в эмоционально окрашенной форме. Его воздействующая сила отмечается Н. И. Клушиной: «Негативная номинация – это и есть публицистический ярлык, “конденсирующий” в себе отрицательный эмоциональный заряд, оказывающий мощное воздействие на восприятие читателя»³. Ярлыки употребляются в СМИ для достижения выгодных манипулятору целей: «Прием “наклеивания ярлыков” – это использование слов негативной окраски с целью дискредитировать идеи, планы, личности, вызвать чувство предубеждения, страха, ненависти, не прибегая к объективной оценке или анализу»⁴. А. М. Цуладзе называет ярлыки «манипулятивными терминами» и отмечает: «Опасность их в том, что, входя в широкий обиход благодаря прежде всего СМИ, они приживаются надолго, становятся привычными, повседневными словами, порой замещая, вытесняя другие – смежные, но менее агрессивные понятия»⁵.

Например, с подачи Алексея Навального за партией «Единая Россия» закрепился ярлык «партия жуликов и воров». 2 февраля 2011 г. известный оппозиционер и блоггер в прямом эфире радиостанции «Fipam FM» сказал следующее: «К партии “Единая Россия” я отношусь очень плохо. Партия “Единая Россия” – это партия коррупции, это **партия жуликов и воров**». Данное оценочное высказывание получило широкое распространение и стало часто упоминаться в прессе для создания негативного образа правящей партии и ее членов: «*Всё, больше не увидим мы этого славного представителя Партии Жуликов и Воров на сайте ГосДумы. Только что Владимир Пехтин заявил, что слагает с себя полномочия депутата ГосДумы. Теперь может окончательно переселиться в Майамы и спокойно жить, не выслушивая никаких претензий*», – написал в своем блоге Алексей Навальный (МК. 20.02.2013); *Так, одна из политических сил, которую в простонародье зачастую именуют «партией жуликов и воров», выдвинула в гордуму [кандидатуру] Александра Тюрина* (МК. 01.07.2015); *Единокого ответа на вопрос «Что делать?» у выступавших не было: одни предлагали бойкотировать пред-*

стоящие выборы, другие – голосовать за кого угодно, кроме «партии жуликов и воров» (НГ. 25.06.2011); *Напомним, скандальное высказывание депутат сделал 13 июля, когда принимался закон «О клевете». Пономарев был категорически не согласен с новыми поправками к закону и заявил, что призывает «жуликов и воров» за него не голосовать* (МК. 24.09.2012); *Вместе с представителями ряда как думских, так и непарламентских партий Евгений Урлашов созывает горожан на митинг против «Единой России». И мероприятие, по его мнению, всерьез напугало «жуликов и воров», – пишет «Независимая газета»* (МК. 18.06.2013). *Жулик, вор – это имена существительные с ярко выраженной негативной коннотацией, обозначающие осуждаемую обществом деятельность. Семантически они близки к таким выражениям как мошенник, обманщик, нечестный человек, преступник, незаконные действия, расхищать, грабить, присваивать себе чужое. Эмоциональное обобщение партия жуликов и воров дискредитирует представителей партии «Единая Россия» и формирует негативное отношение читателя, причем не к конкретным людям, а ко всей партии. Искажение информации привело к тому, что репутация партии власти была подорвана, и на ее восстановление ушло немало времени: Глава фракции единороссов в Госдуме Владимир Васильев поблагодарил работников Генпрокуратуры: «Вы нам очень помогли уйти от того ярлыка, который нам навесили наши политические конкуренты. Помните – “партия жуликов и воров”?»* (РГ. 14.01.2013).

Не только политические партии, но и члены правительства становятся объектом критики в печатных изданиях. Предоставляемая журналистами информация бывает необъективной. С помощью эмоционально-оценочной лексики передается пренебрежительное отношение к власти: *Одно из самых поразительных (и притом разрушительных) проявлений разложения и деградации российской власти – ее патологическое в своей безграмотности самодурство; Но не исправлять же текст указа! Ясно, что это обнажит пусть перед ничтожно малой, но все же частью народа истинный уровень – причем не одного только Медведева, но и всей правящей Россией тусовки* (МК. 13.01.2014). Слова, содержащие в своем значении негативную, причем весьма экспрессивную оценку – *патологическая безграмотность, самодурство, правящая тусовка*, – создают образ неграмотных руководителей, в речах и указах которых встречаются ошибки. Чтобы показать, в чем проявляется «самодурство», произвол властей, журналист напоминает о так называемой «реформе времени» (отмене сезонного перевода часов на «зимнее время»). Принятие этого закона оценивается как *бесчеловечный эксперимент, который разрушает общественную психику: Жизнь в противоестественном ритме, навязанном правящей тусовкой, почти каждому гражданину,*



вот уже третий год разрушает общественную психику, не говоря о том, что явно не прибавляет симпатий к власти (МК. 13.01.2014). Летнее время опережает астрономическое (поясное) на два часа, что противоестественно и негативно влияет на здоровье человека. Получается, что решения властей не приносят пользу народу. В текст намеренно вводится только та информация, которая выгодна манипулятору и способствует формированию искаженных представлений о действительности у адресата. Подрывается авторитет руководства страны. Правящая элита превращается в *правящую тусовку* – группу по интересам. Разговорное слово *тусовка* также подчеркивает некомпетентность, нежелание работать и безответственность властей.

Ярлыки встречаются и в текстах, затрагивающих разные социальные проблемы. Тема воровства, коррупции – одна из актуальных в современной политической жизни. На чиновника, который владеет предметами роскоши (особняками, яхтами), навешивают ярлык «вор», подразумевая растрату им бюджетных денег на личные нужды. При этом речь идет не о конкретном человеке, а в целом обо всех госслужащих. Как видно из следующих примеров, экспрессивно-оценочными могут быть не только слова, но и отдельные аффиксы: *Если сведения об особняках, яхтах, самолётах публичны – то и дознание должно быть публично, и суд над пойманным ворюгой будет публичным* (МК. 06.10.2015); *Ничтожный человечек* (имеем в виду не рост в сантиметрах, которых всё же больше ста, а моральные качества, коих полный ноль) обычно *ворует* в гигантских масштабах, если его ничто не останавливает. А что может остановить, если нет морали? Только страх: узнают, поймают, посадят. Так пусть не узнают (МК. 06.10.2015). Суффикс *-юг-* в слове *ворюга* передает пренебрежение, презрение к обозначаемому лицу. Слова с суффиксом *-юг-* имеют негативное лексическое значение, например, *хитрюга*, *зверюга* и т. д. Уменьшительный суффикс *-ек-* в слове *человечек* в сочетании с прилагательным *ничтожный* и глаголом *воровать* с осуждающей семантикой усиливают отрицательный образ чиновника и закрепляют его в сознании адресата.

В СМИ отношение к чиновникам редко выражается в нейтральной форме. Чтобы воздействовать на аудиторию, журналисты, как правило, используют те слова и выражения, которые вызывают в сознании адресата неприятные ассоциации, например, «вор», «бездельник», «взяточник». В результате формируется собирательный отрицательный образ чиновника. Конечно, здорово, что *взяточников и вороватых чиновников выводят на чистую воду и отдают под суд. Но стремительный рост коррупционных преступлений в России портит настроение даже большим оптимистам* (РГ. 28.09.2012). Подобные обобщенные номинации (*взяточники, вороватые чиновники*)

связывают госслужащих с отрицательно оцениваемыми действиями. Создается обманчивое впечатление, что все чиновники коррумпированы. Но ведь среди них есть и те, кто добросовестно выполняет работу.

Таким образом, прием «наклеивания ярлыков» позволяет дискредитировать образ власти. Бездоказательные слова с негативной оценкой подрывают ее авторитет. В сознание адресата внедряются штампы, что чиновники – это *воры, взяточники, жулики, самодуры, тусовка*, а значит, им не стоит доверять. Тем самым СМИ формируют негативное отношение общества к государственным служащим⁶.

Однако словесные ярлыки используются не только по отношению к представителям власти. Несистемная оппозиция также подвергается необоснованной критике. Например, не поддерживающих власть граждан стали называть «пятой колонной»: *Сейчас, судя по официальным социологическим опросам, вам [президенту] доверяет почти 90% населения. Было бы логично, если бы это «доверие вообще» распространялось и на частные случаи. Если вы говорите, что тогда властями было сделано всё правильно и что иначе жертв было бы больше, то и народ должен так думать. Ведь 90% – это и есть народ. Остальные – пятая колонна или её пособники* (МК. 03.09.2015); *Баннер «Пятая колонна: чужие среди нас», который на днях появился на Новом Арбате, персонально обозначил ту самую «пятую колонну», о которой в марте говорил президент Путин в своем послании Федеральному собранию. Теперь мы знаем в лицо эту «пятую колонну»: это Навальный, Макаревич, Пономарев, Шевчук, Немцов* (НГ. 28.02.2015).

«Пятой колонной» еще с советских времен называют изменников Родины, тех, чья деятельность направлена на дестабилизацию обстановки внутри страны. Термин ассоциируется с такими понятиями, как «измена», «предательство», «шпионаж», «подрывная деятельность». Сегодня к «пятой колонне» относят тех, кто критикует политику президента, кто не поддерживает присоединение Крыма к России, кто принимает участие в оппозиционных митингах. Для создания образа внутреннего врага используются и другие ярлыки с ярко выраженной негативной и осуждающей семантикой – «иностранный агент», «враг народа», «предатель»: *Оппозиция предстала в глазах российского общественного мнения вовсе не моральным авторитетом, как они, видимо, задумывали, а реально иностранными агентами; Они вообще за кого, они чьи патриоты-то? России или США?* (МК. 27.12.2012); *Напомним, на прошлой неделе Рамзан Кадыров заявил, что несистемная оппозиция пытается расшатать ситуацию в России. По мнению главы республики, «к таким людям надо относиться как к врагам народа, как к предателям. У них нет ничего святого», а также он призвал по всей строгости наказы-*



вать людей «за подрывную деятельность» (НГ. 22.01.2016). Таким образом, оппозиционеры – это враги народа, предатели, иностранные агенты, пятая колонна. Однако такое представление искажает действительность. Ведь, несмотря на то, что оппозиционеры противостоят действующей власти, они патриотично настроены и не нацелены на ослабление страны.

Ярлыки обладают воздействующей силой, а выбор номинации чаще всего зависит от идеологической позиции автора или издания. «В публицистике ярлык не просто шаблон и неодобрительная характеристика предмета, личности, явления, а их идеологическая интерпретация»⁷. Дискредитируются, как правило, политические оппоненты, недружественные страны. Например, Украина представляется как страна, «ворующая» газ: *Как говорил Алексей Миллер, нынешние темпы накопления газа не позволят сделать ресурсы, позволяющие направить обещанные поставки в Европу, а также обеспечить голубым топливом собственную страну. А это ведет к единственному способу пополнения Украиной своих энергетических ресурсов – воровству газа из европейской трубы* (МК. 11.09.2015); *Киев хочет переключить учет на себя, т. е. подсчитывать транзитные объемы в приграничных с ЕС районах. Тогда станет нельзя доказать, что Украина ворует газ, и Киев сможет обвинить в недопоставках российскую сторону* (МК. 27.07.2014). Ярлык «вор» подрывает имидж Украины, вызывает у адресата негативное отношение к ней. Последние политические изменения (смена власти, протесты на юго-востоке страны, присоединение Крыма к России) привели к тому, что между Россией и Украиной установились напряженные отношения. После этого СМИ стали негативно отзываться об Украине: *Украинский майданутый бомонд обвиняет Россию в том, что она сделала очередной шаг к присоединению мятежных территорий юго-востока; Да, Украина – это дефективное государство, с которым России все равно придется иметь дело. Соседей в таких случаях не выбирают. Да, Порошенко – лжеец, но и он не худший вариант на фоне конкурентов* (МК. 06.10.2015). С помощью ярлыков создается образ слабой страны (*дефективное государство*, т. е. имеющее недостатки, дефекты), руководит которой *майданутый бомонд* во главе с президентом-лжецом. Пренебрежение и осуждение выражается в суффиксе и семантике слов *майданутый*, *лжеец*. В центре Киева находится Площадь Независимости, по-украински «Майдан Незалежности», на которой регулярно проходят антиправительственные митинги. Слово *майдан* стало обозначать не столько место, сколько политическое явление – массовые выступления народа против власти. А суффикс *-ут-* встречается в разговорных словах, обозначающих нездоровое состояние, например, *тронутый*, *двинутый*, *чокнутый*. Таким образом, в ново-

образовании *майданутый* скрывается два значения: 1) сторонник революций (идей Майдана) и 2) признак психической неуравновешенности. Слово *бомонд*, близкое по значению к *тусовке*, подчеркивает безответственность властей. А ярлык *лжеец* вызывает у адресата недоверие к президенту Украины.

То, что за ярлыками стоит определенная идеологическая позиция, подтверждает и следующий пример, в котором дискредитируется Михаил Саакашвили (уже бывший президент Грузии): *Президент Грузии Михаил Саакашвили, который по аналогии с принятой в США терминологией находится в положении «хромой утки», с «постепенно ускользающими» от него рычагами влияния, вернулся к своей излюбленной тактике. Собрал журналистов и выступил с целым рядом провокационных заявлений; Под горячую руку неуравновешенного президента, когда-то жевавшего свой галстук, на этот раз попали грузинские производители «Боржомы» и вин, а также российские инспекторы, приехавшие на грузинские заводы для проведения экспертиз; Все эти заявления, которые, мягко говоря, далеки от реальности, свидетельствуют о том, что Саакашвили, с его непредсказуемым поведением, лишенный реальных рычагов управления, попросту «поплыл». Не держит удар, как безнадежно проигрывающий боксер. Паникует, как это было тогда, когда он прятался за спинами охранников в августе 2008 года, услышав звук самолета в небе над Гори. Тучи над президентом сгущаются все сильнее* (РГ. 28.02.2013).

С помощью экспрессивно-оценочных лексических средств языка автор статьи создает резко негативный образ Михаила Саакашвили. Назвав его *хромой уткой*, журналист подчеркивает неэффективность работы М. Саакашвили в качестве президента Грузии. В американской политике «хромой уткой» (калька с англ. «lame duck», сленг) называют президента, который покидает свой пост, или фигуру, от которой мало что зависит, а также политика, которому не суждено больше переизбраться. Далее президент назван *неуравновешенным*, и случай с галстуком якобы это подтверждает. На наш взгляд, такой эпитет не совсем этичен по отношению к главе другого государства, также как и некорректно такое сравнение: *не держит удар, как безнадежно проигрывающий боксер*. Журналист тем самым создает образ не сильного президента, а «неуравновешенного», «непредсказуемого» человека, который готов сдаться и *прячется за спинами охранников*. Глаголы *поплыл*, *не держит удар*, *паникует*, *прячется* подчеркивают слабость, беспомощность главы государства. Автор статьи использует перечисленные языковые средства для того, чтобы передать свою субъективную, резко негативную оценку деятельности президента Грузии. В тексте преобладают эмоционально-оценочные высказывания, что усложняет восприятие информации. Акцент



делается на образе М. Саакашвили, а не на сути его встречи с журналистами.

Как видно из примеров, ярлыки используются и по отношению к первым лицам государства. Они характеризуют личные качества президента или стиль правления. К примеру, по отношению к президенту Белоруссии используется лексема с негативной семантикой – *диктатор*: *Что же, дорогие граждане, Майдан животворящий делает! На Украине, как все мы знаем, – ничего хорошего. Зато с политическим имиджем «последнего диктатора Европы» Александра Григорьевича Лукашенко он творит самые настоящие чудеса. Набрав свыше 83% голосов, Лукашенко одержал уже пятую в своей карьере победу на выборах президента Белоруссии – вы представляете, как бы воспринималась такая новость, если бы на Украине не случилось «триумфа демократии» в виде Майдана? Правильно, как очередное доказательство того, что «диктатор Лукашенко» в очередной раз поставил ногу на горло оппозиции, включил на всю катушку административный ресурс и выдал на-гора заранее запрограммированный результат* (МК. 12.10.2015). Александр Лукашенко является бессменным президентом Белоруссии с 1994 г. Ярлык *диктатор* указывает на недемократичный стиль его правления. Современное общество не одобряет диктатуру. Этот режим ассоциируется с такими известными правителями, как Гитлер и Сталин. Использование данного ярлыка приводит к тому, что А. Лукашенко ставится в один ряд с этими диктаторами. Тем самым формируется негативное отношение адресата к президенту Белоруссии.

Таким образом, словесные ярлыки служат средством манипуляции информацией. В медиатекст намеренно вводятся номинации, которые вызывают у адресата искаженные представления о действительности. Эти ярлыки представляют собой необоснованную, субъективную, эмоцио-

нальную характеристику человека или явления, вызывают отрицательные ассоциации и подводят читателя к неправильным выводам. Анализ материала показал, что прием «наклеивания ярлыков» используется в прессе с целью дискредитировать политиков, партии, руководителей стран, а также оппозиционеров и сформировать негативное отношение адресата к ним. Данный прием реализуется за счет употребления существительных, прилагательных, глаголов, обозначающих осуждаемую обществом деятельность, а также слов с оценочными суффиксами. Экспрессивные слова и выражения препятствуют объективному восприятию информации. Выбор словесных ярлыков чаще всего зависит от идеологической позиции автора или издания, поскольку с их помощью создается собирательный образ врага, подрывается репутация как отдельного человека, так и всей страны.

Примечания

- ¹ Копнина Г. Речевое манипулирование : учеб. пособие. 2-е изд. М., 2008. С. 25.
- ² См.: Стилистика русского языка : учебник. М., 2008. С. 223–224.
- ³ Клушина Н. Стилистика публицистического текста. М., 2008. С. 140.
- ⁴ Булгакова Н. Словесные ярлыки как лексико-семантическое и лингвоэкологическое понятие // Мир русского слова. 2012. № 2. С. 42.
- ⁵ Цуладзе А. Политические манипуляции, или Покорение толпы. М., 1999. С. 86–87.
- ⁶ См.: Киселева О., Сурицева Ю. Проблема формирования позитивного отношения к образу чиновника и государственного служащего на примере средств массовой информации Ульяновской области // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 6. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=11146> (дата обращения: 29.04.2016).
- ⁷ Клушина Н. Указ. соч. С. 140.

Образец для цитирования:

Навасартян Л. Г. «Наклеивание ярлыков» как один из приемов манипуляции информацией в СМИ // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2016. Т. 16, вып. 4. С. 459–463. DOI: 10.18500/1817-7115-2016-16-4-459-463.