

Речевое манипулирование как приём управления общественным мнением в условиях кризиса на примере Главы Республики Саха (Якутия)

Научный руководитель – Сальникова Оксана Михайловна

Архипова Мария Петровна

Студент (магистр)

Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова, Якутск, Россия

E-mail: MaschaArhipova@mail.ru

Сложная эпидемиологическая ситуация, возникшая с распространением вируса COVID-19, изменила повседневную практику миллионов людей по всему миру, включая Республику Саха (Якутия). Чтобы контролировать эту ситуацию, правительству Якутии потребовалось разработать новый подход к управлению над ситуацией во избежание беспорядков и соблюдению всех эпидемиологических предписаний.

Одним из основных использованных способов удержать население от паники стало постоянное информирование о текущей ситуации через СМИ. Ежедневно оперативный штаб Республики Саха (Якутия) по недопущению завоза и распространения новой коронавирусной инфекции проводил и проводит по сей день информационные брифинги по состоянию в регионе, Глава Якутии ведёт прямые эфиры в социальных сетях, в рамках которых отвечает на волнующие вопросы граждан, а также были выпущены в телевизионный эфир официальные обращения для широкого распространения. Именно в данных практиках чаще всего было использованы речевые манипулирования руководителями региона.

Исследователь О.Н. Быкова отмечает, что речевая манипуляция - это вид речевого воздействия, используемый для скрытого введения в психику адресата целей, желаний, намерений, установок или установок, не совпадающих с теми, которые есть у адресата в данный момент. В основе речевого манипулирования лежат психологические и психолингвистические механизмы, заставляющие адресата некритически воспринимать речевое сообщение.

Их влияние становится ощутимым в контексте социальной, политической нестабильности, всевозможных кризисов и конфликтов. В такие периоды в политических текстах и обращениях активно используются речевые манипуляции для давления на общественное сознание. Цель подобных текстов - нейтрализовать негативные общественные настроения и снизить уровень волнений среди населения.

В случае обращений к населению Главы Республики Саха (Якутия) Айсена Сергеевича Николаева во время распространения новой коронавирусной инфекции чаще всего использовались методы убеждения, побудительных конструкций, условные предложения.

Воздействуя на сознание, слова лидера региона затрагивали рационально-эмоциональную сферу. Основным аргументом в выступлениях является убеждение населения о том, что «главная задача ближайшего времени - победить коронавирус!», прозвучавшая в первом широком обращении по телевидению 27 апреля в рамках празднования Дня Республики Саха (Якутия) (режим повышенной готовности в связи со сложной эпидемиологической ситуацией в Якутии был объявлен 17 марта 2020 года). В обращении акцент был сделан на круглосуточную работу медицинских учреждений, Управления Роспотребнадзора, их сотрудников, оперативного штаба и других ответственных ведомств, направленный заставить людей придерживаться режима самоизоляции, сократить количество контактов, использовать средства защиты и т.д. Цель подобного обращения - убедить население объективно рассмотреть текущую ситуацию, принять точку зрения говорящего, согласиться с ним.

В противопоставление негативным фактам Глава приводит положительные примеры о том, что «из-за коронавируса жизнь не останавливается», подробно описывая продолжение хода строительства социальных объектов, мерах, принятых для поддержки экономики региона, об успешном внедрении дистанционного образования среди образовательных учреждений и т.д.

«Нам важно понимать, что любой кризис несет в себе и новые возможности. И тот, кто сможет извлечь правильные уроки, кто будет учиться воспринимать новую реальность - тот станет победителем!» - внушает говорящий, сохраняя оптимизм и веру в лучшее.

Использование метода внушения влияет на подсознание человека - на его эмоции и чувства, и только потом на его разум, волю и поведение. В основе внушения лежит безоговорочная вера в победу над вирусом. Если манипулятору необходимо воззвать к чувству долга реципиента, а воздействовать именно к необходимости совершения какого-либо действия, то он использует такие слова, как: нужно, необходимо, следует.

«Каждый из нас обязан отдавать реальный отчёт в своих действиях, зная, что из-за коронавируса умирают люди, которые, даже несмотря на возраст и болезни, могли бы жить дальше. Нам всем нужно думать не только о себе, но и об окружающих людях. Только такая солидарность и взаимная забота помогут защитить свою безопасность и здоровье родных людей» - говорится в последнем обращении Главы республики от 7 октября 2020 года.

Обращения главы региона люди воспринимают не как призыв к выполнению чего-либо, а как настрой на осуществление действия, которое, по словам говорящего уже происходит. В конце своего выступления он использует принцип имитации выбора и призывает «осознанно относиться к этой ситуации, чтобы без введения жёстких мер мы смогли пережить вторую волну заболеваемости, не допустить тяжелейших последствий для экономики, сохранить самое главное - человеческие жизни!».

Подводя итоги, стоит подчеркнуть, что эффективность речевого манипулирования во многом будет зависеть от того, насколько грамотно будут выбраны языковые средства для реализации намеренного воздействия и уровень владения эффективно формировать коммуникативную стратегию. В данной статье приводится лишь незначительный набор механизмов речевого манипулирования сознанием. Предложенные синтаксические приемы воздействуют различным образом и с различной интенсивностью на реципиента. Лингвистическая манипуляция - самый популярный и продуктивный способ скрытого воздействия на общество, при этом динамично развивающийся, а потому требует постоянного разностороннего изучения.

Литература:

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация. - М. : Издательский центр «Академия», 2003. - С. 128.
2. Аронсон Э., Пратканис Э. Р. Эпоха пропаганды : Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление. - СПб. : прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. - С. 384.
3. Бессонов Б. Н. Пропаганда и манипуляция как инструменты духовного порабощения // Идеология 147 духовного подавления. - М. : Мысль, С. 1971. - 295.