

Оценочный комментарий как средство вербальной манипуляции в интернет-общении

Н. П. Пешкова

Башкирский государственный университет

Россия, Республика Башкортостан, 450076 г. Уфа, улица Заки Валиди, 32.

Email: peshkovanp@rambler.ru

В статье рассматривается оценка как реакция, присущая «встречным текстам» адресатов информации в процессах понимания сообщения любого типа и как специфика комментария в условиях интернет-коммуникации. Обсуждаются особенности проявления оценки в интернет-комментарии. Предлагается толкование оценки как инструмента вербального воздействия и манипулирования сознанием участников интернет-коммуникации.

Ключевые слова: оценка, метод «встречного текста», вербальное воздействие, манипуляция, языковое сознание.

Как известно, ментальные процессы в целом и процессы понимания, в частности, носят оценочный характер. При этом оценку можно рассматривать как инструмент когнитивной деятельности индивидуума и, одновременно, как результат этой деятельности, поскольку, выполняя важные функции в психическом состоянии человека, она формирует особую систему понимания и объяснения окружающей действительности [1].

Не удивительно, что разные аспекты категории оценки становились предметом интереса различных направлений в науке о языке. Внимание лингвистов привлекали способы и средства выражения оценки, семантика и прагматика оценки и т.п.

В нашем исследовании с привлечением психолингвистического эксперимента, известного как метод «встречного текста» [2], предметом изучения является вид реакции, обозначенный автором метода как «оценка», присутствующий во всех без исключения «встречных текстах» испытуемых, продуцируемых в процессах понимания разных типов текстов.

Все экспериментальные исследования, направленные на изучение механизмов и стратегий понимания с использованием методики «встречного текста», подтверждают не просто присутствие «оценки» в моделях понимания сообщений того или иного типа, но присутствие, маркированное наиболее высоким процентом от общего числа реакций других видов.

Сравнительный анализ результатов, полученных на материале разных типов речевых произведений, позволяет утверждать, что при понимании текста любого типа «оцен-

ка» не занимает ниже второго места в общем ядре реакций. При восприятии художественного текста «оценка» располагается на втором месте после реакции «перевод» и составляет 14.8% от общего числа реакций; в модели понимания научно-популярного текста оценке также отводится второе место после «ассоциации», составляет она от 16.1% до 20% (по данным разных исследователей). В модели понимания научного текста оценка достигает 19.3%, также занимая второе место после реакции «мнение» [3].

Преобладают оценочные реакции и в стратегиях восприятия текстов Библии, достигая 18.6% и перемещаясь на первое место в ядре модели понимания текстов данного типа [4].

В экспериментальных исследованиях, осуществляемых на материале статей глянцевых журналов, преобладающими видами реакций в ядре модели понимания как вербальных, так и поликодовых текстов, выступают оценочные реакции, составляя от 29.8% до 31.1% [5].

Наконец, изучение комментариев к новостным текстам микроблогов с использованием принципов метода «встречного текста» выявляет картину полного доминирования реакций оценочного характера. В модели понимания интернет-текста оценочные реакции в чистом виде достигают 27.5%. Что касается комбинированных реакций, в состав которых наряду с другими видами реакций входит и «оценка», они составляют 55.6%. Таким образом, общее количество реакций оценочного характера достигает 83.1% [6].

Это свидетельствует об особой роли оценки и ее дополнительных функциях при восприятии информации в процессах интернет-коммуникации.

Одна из этих функций связана с возможностями реализации значительного потенциала вербального воздействия, присущего любому тексту вообще и интернет-сообщению в особенности.

В ряде работ последнего времени высказывается мнение о том, что в процессах коммуникации речевое воздействие на адресата осуществляется посредством выражения личной оценки адресанта. Не составляет исключения и интернет-коммуникация, где значительную роль играют не только открытая оценка, но и ее имплицитная форма [7].

При этом возникает вопрос, можно ли считать манипуляцией речевое поведение коммуниканта в тех случаях, когда он не осознает себя инициатором скрытого воздействия на других участников коммуникации? И можно ли по внешним, лингвистическим признакам, доступным исследователю, определить состояние неосознаваемой манипуляции, осуществляемой коммуникантами.

Опыт лингвистических исследований позволяет осознать, насколько велика роль лингвистических средств в манипулировании сознанием коммуникантов. Можно вспомнить, например, использование явлений полисемии и омонимии в одном из

универсальных приемов, известном как «амфиболия», применяемом с целью создания эффекта двусмысленности, лежащего в основе любой манипуляции.

Анализ средств лингвистических выражения оценки в сообщениях микроблогов позволяет охарактеризовать ее как безусловный инструмент вербального воздействия. К таким средствам относятся самые разнообразные лексические, синтаксические, стилистические, орфографические средства выражения оценочных мнений и суждений, высказываемых автором комментария. Для достижения своей цели участники коммуникации прибегают к использованию метафор, сравнений, аллюзий, иронии, эпитетов, риторических вопросов, восклицаний, кавычек, наконец, прецедентных имен.

По поводу последних нужно отметить, что наши наблюдения совпадают с выводами других исследователей, о том, что среди пользователей микроблога Twitter не пользуется популярностью такой прием передачи имплицитной оценки, как использование цитат [7]. Иными словами, интернет-коммуниканты не тяготеют к использованию прецедентных текстов в своих сообщениях. Это совпадает с нашими с нашими данными относительно процентного соотношения реакции «интертекст» (=прецедентный текст) с другими видами реакций во «встречных текстах» испытуемых при восприятии информации.

Привлечение к анализу внелингвистических параметров, таких как, например, политический и социальный контекст, обуславливающий сетевые дискуссии коммуникантов, в ходе которых продуцируются оценочные высказывания и комментарии, помогает увидеть дополнительные нюансы в роли оценки как средства манипулирования вербальным сознанием участников интернет-коммуникации.

В частности, в исследованиях особенностей языкового сознания участников Интернет-коммуникации, научный интерес, на наш взгляд, представляет вывод о том, что эксплицитная оценка преобладает в сообщениях в период подъема протестного движения, в то время как в период его спада в дискуссиях начинает доминировать имплицитная форма оценки. Этот вывод относится как к русскоязычным, так и к англоязычным сегментам микроблога Twitter. При этом русскоязычные пользователи эксплицитно выражают свое оценочное мнение вдвое реже, чем англоязычные, но сообщения русскоговорящих пользователей более метафоричны и эмоционально окрашены по сравнению с твитами англоязычного сегмента микроблога [7, с. 152–155].

Итак, если мы понимаем под вербальным воздействием использование всех разнообразных средств естественного языка для создания такого сообщения, в котором заложен максимальный потенциал влияния на сознание адресата, реализуемый в определенных условиях, то оценочный комментарий интернет-коммуникации представляется одним из эффективных инструментов подобного воздействия. Именно он порождает потоки «встречных комментариев», превращая объекта манипуляции в субъекта манипуляции и наоборот.

Литература

1. Гибатова Г. Ф. 2011. Ментальные сферы русского языка: мнение и оценка. Дисс. ... д-ра филол. наук. Уфа: БашГУ. 397 с.
2. Новиков А. И. Текст и «контртекст»: две стороны процесса понимания // Вопросы психолингвистики. 2003. №1. С. 64–76.
3. Пешкова Н. П., Авакян А. А., Кирсанова И. В., Рыбка И. Н. Текст и его понимание: теоретико-экспериментальное исследование в русле интегративного подхода: монография. Под ред. Н. П. Пешковой. Уфа: РИЦ БашГУ, 2010. 268 с.
4. Давлетова Я. А. Психолингвистическое исследование особенностей понимания библейских текстов: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Уфа, 2012. 19 с.
5. Моисеева А. В. Исследование психолингвистических особенностей восприятия и понимания текста глянцевого журнала: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Уфа, 2017. 24 с.
6. Титлова А. С. Микроблог как вид интернет-текста: аспект понимания: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Уфа, 2018. 25 с.
7. Габриелова Е. В. Импликация и экспликация оценки как средство речевого воздействия (на материале микроблога Twitter): автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Москва, 2018. 25 с.

Статья рекомендована к печати кафедрой иностранных языков естественных факультетов Башкирского Государственного университета (канд. филол. наук, доц. Р. И. Виноградова)

Comment with 'evaluation' as an instrument of verbal impact and manipulation in the Internet-communication

N. P. Peshkova

Bashkir State University

32 Zaki Validi Street, 450076 Ufa, Republic of Bashkortostan, Russia.

Email: peshkovanp@rambler.ru

The paper considers 'evaluation' as a response typical to "internal counter texts" of addressees in the processes of comprehension of any text-types and as a specific feature of comments in the Internet-communication. Some peculiarities of 'evaluation' revealed in the internet-comments are discussed. The author suggests the interpretation of the 'evaluation' as an instrument of verbal impact and manipulation directed to the language consciousness of the Internet-communication participants.

Keywords: evaluation, "internal counter text" method, verbal impact, manipulation, language consciousness.