

Ю. Р. Тагильцева

Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбург, Россия

ORCID ID: — **E-mail:** jennifer1979@yandex.ru.

Приемы информационно-психологического воздействия в статических поликодовых текстах, посвященных самоизоляции

АННОТАЦИЯ. В статье представлены результаты исследования специфики приемов информационно-психологического воздействия в статических поликодовых текстах — мемах и демотиваторах, посвященных массовой самоизоляции. Анализ показал, что приемы манипуляции («манипулятивное комментирование», «эффект присутствия», «принцип контраста») и пропаганды («общий вагон», «трансфер», «подтасовка карт», «осмеяние», «ссылка на авторитеты») использованы в одних случаях для поддержания таких коммуникативных стратегий, как диффамация объекта и косвенное негативное оценивание объекта, с целью формирования/поддержания в сознании целевой аудитории негативного «медийного образа» и общественного мнения о представителях правоохранительных органов, а также мерах правительства по нераспространению коронавирусной инфекции на территории РФ, что говорит об их намеренном использовании, а в других — не столь часто реализуются в рамках стратегий создания психологического напряжения, нейтрализации шокового состояния и пробуждения сочувствия к жертвам «самоизоляции». При этом данные тексты могут одновременно выступать средством выражения и формирования общественного мнения. Все это еще раз подчеркивает тот факт, что статические поликодовые тексты, посвященные различным сторонам массовой самоизоляции, создавались в соответствии с целым рядом прагматических целей, среди которых рассмешить, высмеять, напугать или поделиться собственными страхами, успокоить, вызвать сочувствие, научить/информировать, сформировать негативное мнение об объекте, дискредитировать объект, заставить задуматься, убедить или переубедить адресата сообщения, приободрить тех, кто оказался на дистанционном обучении или удаленном режиме работы, а также показать повседневные трудности людей, находящихся в условиях массовой самоизоляции и вынужденного социального дистанцирования, изменения их душевного состояния, мировосприятия и миропонимания.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политический дискурс; поликодовые тексты; массовая самоизоляция; пандемия; эпидемии; коронавирус; информационно-психологическое воздействие; манипуляции сознанием; манипулятивное воздействие; коммуникативные стратегии; мемы; демотиваторы.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Тагильцева Юлия Ринатовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры педагогики и педагогической компаративистики, Институт общественных наук, Уральский государственный педагогический университет; 620017, Россия, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 414; e-mail: jennifer1979@yandex.ru.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Тагильцева, Ю. Р. Приемы информационно-психологического воздействия в статических поликодовых текстах, посвященных самоизоляции / Ю. Р. Тагильцева // Политическая лингвистика. — 2021. — № 2 (86). — С. 127-133. — DOI 10.12345/1999-2629_2021_02_12.

БЛАГОДАРНОСТИ. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 20-011-31693.

В период введения режима массовой самоизоляции Интернет стал не только одним из немногих и часто используемых средств для получения оперативных данных о сложившейся ситуации в мире, стране, регионе, но и каналом коммуникации, позволяющим выстраивать различные типы речевого взаимодействия, среди которых «один на один», «многие с многими», «один с несколькими», «многие и один», «один и многие» [Morri, Ogan 1996], предоставляя таким образом пользователям возможность находить и распространять информацию в виртуальной среде. И здесь обращает на себя внимание большое количество поликодовых текстов, отражающих особенности восприятия и отношения к этому социальному явлению.

Специфика таких текстов, исходя из анализа прагматических целей коммуникативных стратегий и тактик, заключается, во-первых, в стремлении рассмешить, высмеять, напугать или поделиться собственными страхами, успокоить, вызвать сочувствие, научить/информировать, сформировать негативное мнение об объекте, дискредитировать объект, заставить задуматься, убедить или переубедить, приободрить тех, кто оказался в условиях удаленного режима работы, дистанционного обучения; во-вторых, в репрезентации динамики изменения душевного состояния, миропонимания и мировосприятия «самоизолировавшихся» [Лату, Тагильцева 2021: 69]. При этом следует отметить, что в связи с этими целеустановка-

ми в исследуемых поликодовых текстах (свыше 1200 мемов и демотиваторов) были зафиксированы, пусть не столь часто, случаи использования приемов информационного психологического воздействия, прежде всего манипуляции и пропаганды. Рассмотрим некоторые из них.

I. Манипуляция — распространенная форма монологического общения, предполагающая воздействие на партнера по общению с целью достижения своих скрытых намерений. При таком манипулятивном общении ставится цель добиться контроля над поведением и мыслями другого человека, в связи с этим партнер не информируется об истинных целях общения, они либо просто скрываются от него, либо подменяются другими [Битянова 2001: 75]. Поэтому основой

манипулирования становятся эффективные технологии психологического воздействия, оказывающие влияние на подсознательный уровень индивида.

1. Манипулятивное комментирование. Данный прием позволяет сознательно делать необходимые акценты в освещении события, выделяя нужную информацию. Например, таким акцентом в исследуемом поликодовом тексте можно считать указание на тот факт, что бумажная купюра достоинством 5000 рублей (изобразительный компонент) является «пропуском для свободного передвижения по городу во время карантина» (рис. 1) или падение из окна в период самоизоляции расценивается полицией как самовольное нарушение режима, за которое положен штраф (рис. 2).



Рис. 1

В результате, данный прием направлен на поддержание и усиление существующего в общественном сознании стереотипа о продажности и бесчеловечности ведомственных структур РФ, а фраза, основанная на гиперболе, «Умрешь, и все равно выпишут штраф», во втором случае лишь усиливает этот аспект.

2. Принцип контраста. Суть этого приема заключается в том, что необходимая информация подается на фоне другой, изначально негативной и отрицательно воспринимаемой обществом. Так, в следующем

МОСТ ЧЕРЕЗ РЕКУ КОЛА, ПО КОТОРОМУ ПРОХОДИТ ЕДИНСТВЕННАЯ ЖД ВЕТКА, СОЕДИНЯЮЩИЙ МУРМАНСК С ОСТАЛЬНОЙ ЧАСТЬЮ РОССИИ, ОБРУШИЛСЯ В МУРМАНСКОЙ ОБЛАСТИ.



Мурманск самоизолировался...

Рис. 3

В Москве составили протокол о нарушении самоизоляции на мужчину, который выпал из окна



Рис. 2

поликодовом тексте (рис. 3) негативной информацией выступает факт разрушения моста с железнодорожной веткой через реку Кола, соединяющего Мурманск с остальной частью России. Сам факт свидетельствует прежде всего об очередном кризисе транспортного строительства, но в контексте введения ограничительных мер по передвижению между регионами РФ в период эпидемии (весной 2020 г.) эта информация благодаря фразе «Мурманск самоизолировался...» воспринимается реципиентами уже так остро, даже в ироничном ключе.

3. Эффект присутствия представляет собой ссылку на присутствие очевидца (говорящего) при каком-либо событии, что вызывает доверие у реципиента к тому, кто находится в центре происшествия. Это происходит благодаря тому, что пропускная система без анализа допускает информацию к сознанию индивида и человек безоговорочно верит в то, что было представлено в тек-

сте. Например, в исследуемом тексте (рис. 4) говорящим демонстрируется очередной способ защиты в период эпидемии, к которому прибегали таксисты, сопровождая это фразой «*Мы таксовали как могли*», причем автор сообщения посредством личного местоимения «мы» подчеркивает свою социальную принадлежность к этой группе.



Рис. 4

II. Пропаганда — устная или опосредованная через СМИ деятельность по популяризации и распространению в массах идеи, оказывающая влияние на поведенческие императивы индивидов так, чтобы они воспринимали продиктованные модели поведения или идеи как свои собственные [Манойло 2003: 111—112].

1. «Общий вагон», «общая платформа». Данный прием представляет собой подбор суждений (типа «*Все нормальные люди понимают, что...*», «*Ни один здравомыслящий человек не станет возражать, что...*» и т. д.), создающих у реципиентов впечатление, что так поступают все члены его группы, поскольку они разделяют предлагаемую позицию.



Рис. 5

В исследуемом поликодовом тексте (рис. 5) посредством фразы «*ведь сто лет назад уже все знали, что маски не работают...*» происходит апелляция к правильности мнения большинства, к которому относится сам говорящий, предлагающий реципиентам присоединиться к группе «противомасочников».

2. «Трансфер», или «перенос». Сущность этого приема заключается в незаметном переносе положительных или отрица-

тельных деталей образа и ассоциаций с одного референта на другой в процессе уподобления последнего первому. Например, в некоторых поликодовых текстах ситуация с защитной экипировкой — маски, перчатки, противочумный костюм — порой обыгрывается картинками произведений неклассической антиутопии, посвященных постъядерной реальности, или миру «сталкерской Зоны» (рис. 6). Как следствие, в сознании ре-

ципиента на защитные меры, применяемые на современном этапе от коронавируса, накладывается «негативный трансфер» с тех мер, которые использовали литератур-

ные герои антиутопий в результате применения химического/биологического оружия, направленного на уничтожение большей части населения Земли.

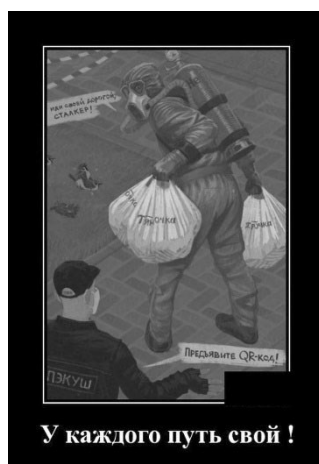


Рис. 6

Также данный прием используется для дискредитации конкретных идей, программ, событий, социальных групп и т. д. В поликодовых текстах, посвященных массовой самоизоляции, объектом воздействия «негативного трансфера» чаще всего становятся

сотрудники правоохранительных органов, которые, согласно транслируемой идее, предстают в образе представителей структур тоталитарного государства, в обязанности которых входит поиск и отстрел нарушителей (рис. 7).



Рис. 7

3. «Подтасовка карт», или «перетасовка». Этот прием уже являет собой отбор и преподнесение либо только положительных, либо только отрицательных фактов с замалчиванием противоположных, что способствует конструированию в сознании реципиентов представлений о привлекательности или неприглядности объекта. Например, в поликодовых текстах, посвященных проблемам пропускного режима, в частности получения пропуска на свободное передвижение по городу в период самоизоляции, информация о субъекте, с которым предполагается взаимодействие, подается только в негативном контексте, поскольку поддерживает мнение о том, что среди сотрудников полиции процветает лихоимство (взяточничество), но при этом не упоминается информация о том, что они обес-

печивают порядок в непростой для всей страны обстановке (рис. 8).



Рис. 8

В результате такой «подтасовки» происходит формирование негативного «медийного образа» и общественного мнения об этой структуре.

4. «Осмеяние». Суть этого приема сводится к высмеиванию объекта (личности, идеи, программы, группы, организации и т. д.) за счет представления в шутовском свете каких-либо его действий, проявлений, что в конечном счете приводит к формированию у аудитории восприятия референта как несерьезного, некомпетентного и т. д. Так, вызывает смех факт задержания со-

трудниками полиции деревянной фигурки Ежика (из советского мультфильма «Ежик в тумане»), что иллюстрируется в составе иконического компонента поликодового текста (рис. 9), и ее допроса («*Зачем вышли в туман? Где лошадка?*»). Все это способствует формированию, а в некоторых случаях и поддержанию бытующего мнения о некомпетентности сотрудников данного ведомства и их неоправданном рвении исполнить распоряжения правительства по поддержанию порядка в регионах страны в период распространения коронавирусной инфекции.



Рис. 9

5. «Ссылка на авторитеты» представляет собой приведение высказываний личностей, обладающих авторитетом у целевой группы. Так, для социальной группы «самоизолировавшихся» в качестве таких авторитетных лиц авторы указывают Робинзона Крузо и отшельницу Агафью Лыкову, которые имеют собственный опыт длительного нахождения в изоляции, и от их лица высказывают мысль, что «первые пару (или

пять) лет тяжело, потом привыкаешь...» (рис. 10 и 11). Подобное оценочное суждение способствует как ироничному восприятию неизвестности, связанной со сроками самоизоляции, так и нейтрализации шокового состояния людей, подразумевая, что, с одной стороны, столь длительный срок — это шутка, а с другой, что ко всему можно привыкнуть.



Рис. 10

Проведенное исследование позволило сделать следующие **выводы**.

Во-первых, выявленные приемы информационно-психологического воздействия в определенной степени связаны с реализуемыми коммуникативными стратегиями. Так, большинство представленных приемов ма-

Проживающая в тайге 75 лет Агафья Лыкова просила передать, что самоизоляция, это первые пару лет тяжело, потом привыкаешь...



Рис. 11

нипуляции («манипулятивное комментирование», «принцип контраста») и пропаганды («общий вагон», «осмеяние», «трансфер», «подтасовка карт») нередко используются в рамках коммуникативных стратегий диффамации (предъявления и/или распространения порочащих сведений, характеристик) и

косвенного негативного оценивания объекта, целью которых является создание негативного оценочного мнения о нем.

Во-вторых, приемы манипуляции и пропаганды, реализуемые в рамках стратегий диффамации и косвенного негативного оценивания объекта, носят целенаправленный характер, в то время как такие приемы воздействия на адресата, как «эффект присутствия» (стратегия пробуждения сочувствия к жертвам «самоизоляции»), «ссылка на авторитеты» (стратегия нейтрализации шокового состояния) и в некоторых случаях «трансфер» (стратегия создания психологического напряжения), могут также использоваться автором неосознанно.

ЛИТЕРАТУРА

1. Битянова, М. Р. Социальная психология: наука, практика и образ мыслей : учеб. пособие / М. Р. Битянова. — Москва : ЭКСМО-Пресс, 2001. — 576 с.
2. Быкова, О. Н. Языковое манипулирование / О. Н. Быкова. — Текст : непосредственный // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. — Красноярск, 1999. — Вып. 1. — С. 99—103.
3. Денисов, С. Ф. Художественные антиутопии: типология и философско-антропологические смыслы / С. Ф. Денисов, Л. В. Денисова. — Текст : непосредственный // Вестник Че-

лябинского государственного университета. — 2017. — № 7 (403). — С. 19—26. — (Философские науки ; вып. 45).

4. Зелинский, С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды — как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивида и масс. — Санкт-Петербург : Издат.-торговый дом «Скифия», 2008. — 403 с.

5. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. — Изд. 5-е. — Москва : Издательство ЛКИ, 2008. — 288 с. — Текст : непосредственный.

6. Лату, М. Н. Коммуникативные стратегии и тактики в статистических поликодовых текстах, посвященных массовой самоизоляции / М. Н. Лату, Ю. Р. Тагильцева. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2021. — Вып. 1 (85). — С. 50—71.

7. Манойло, А. В. Государственная информационная политика в особых условиях : моногр. / А. В. Манойло. — Москва : МИФИ, 2003. — 388 с.

8. Храменко, Д. С. Ирония и юмор как дискурсивные механизмы прагматического воздействия (на материале англоязычных деловых публикаций СМИ) / Д. С. Храменко. — Текст : непосредственный // Филологические науки МГИМО. — 2017. — № 12 (4). — С. 70—75.

9. Язык информационно-психологической войны: стратегии, тактики и приемы // Лингвистика информационно-психологической войны : коллективная монография. Книга I / под ред. проф. А. П. Сковородникова. — Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2016. — Глава 3. — 280 с.

10. Morris, M. The Internet as Mass Medium / M. Morris, C. Ogan. — Text : unmediated // Journal of Communication. — 1996. — Vol. 46. — № 1. — P. 39—50.

Yu. R. Tagil'tseva

Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia

ORCID ID: — 

 E-mail: jennifer1979@yandex.ru.

Techniques of Information and Psychological Impact in Static Polycode Texts on Lockdown

ABSTRACT. *The article presents the results of a study of the specific nature of information and psychological impact techniques in static polycode texts-memes and demotivators dedicated to mass lockdown. The analysis shows that the techniques of manipulation (“manipulative commenting”, “the effect of presence”, “the principle of contrast”) and propaganda (“common carriage”, “transfer”, “card manipulation”, “ridicule”, “reference to authorities”) are used in some cases to support such communication strategies as defamation of the object and indirect negative evaluation of the object, in order to form / maintain in the minds of the target audience a negative “media image” and public opinion about representatives of law enforcement agencies, as well as the government’s measures to prevent the spread of coronavirus infection on the territory of the Russian Federation, which indicates their deliberate use. In other cases they are sometimes implemented as part of the strategies aimed to create psychological tension, neutralize shock and awaken sympathy for the victims of “lockdown”. At the same time, these texts can simultaneously serve as a means of expressing and forming public opinion. All this once again highlights the fact that static polycode texts dedicated to various aspects of mass lockdown were created in accordance with a number of pragmatic goals, targeted to make people laugh, ridicule, frighten or share their own fears, calm them down, arouse sympathy, teach / inform them, form a negative opinion about the object, discredit the object, make them think, convince or make the recipient of the message change their mind, cheer up those who on distant learning or work mode, as well as show the everyday difficulties of the people living in lockdown and forced social distancing, and describe changes in their state of mind, world perception and worldview.*

KEYWORDS: *political discourse; polycode texts; mass lockdown; pandemic; epidemic; coronavirus; information and psychological impact; conscience manipulation; manipulative impact; communicative strategies; memes; demotivators.*

AUTHOR’S INFORMATION: *Tagil'tseva Yuliya Rinatovna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Pedagogy and Pedagogical Comparative Studies, Institute of Social Sciences, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.*

FOR CITATION: *Tagil'tseva, Yu. R. Techniques of Information and Psychological Impact in Static Polycode Texts on Lockdown / Yu. R. Tagil'tseva // Political Linguistics. — 2021. — No 2 (86). — P. 127-133. — DOI 10.12345/1999-2629_2021_02_12.*

ACKNOWLEDGMENTS. *Research is accomplished with financial support of the Russian Foundation for Basic Research (RFBR) and the Social Research Expert Institute (EISI) within scientific project No 20-011-31693.*

REFERENCES

1. Bityanova, M. R. Social Psychology: Science, Practice and Way of Thinking : textbook / M. R. Bityanova. — Moscow : EKSMO-Press, 2001. — 576 p. [Sotsial'naya psikhologiya: nauka, praktika i obraz mysley : ucheb. posobie / M. R. Bityanova. — Moskva : EKSMO-Press, 2001. — 576 s.]. — (In Rus.)
2. Bykova, O. N. Language Manipulation / O. N. Bykova. — Text : unmediated // Theoretical and Applied Aspects of Speech Communication. — Krasnoyarsk, 1999. — Issue 1. — P. 99—103. [Yazykovoe manipulirovanie / O. N. Bykova. — Tekst : neposredstvennyy // Teoreticheskie i prikladnye aspekty rechevogo obshcheniya. — Krasnoyarsk, 1999. — Vyp. 1. — S. 99—103]. — (In Rus.)
3. Denisov, S. F. Artistic Anti-utopias: Typology and Philosophical and Anthropological Meanings / S. F. Denisov, L. V. Denisova. — Text : unmediated // Bulletin of the Chelyabinsk State University. — 2017. — No. 7 (403). — P. 19—26. — (Philosophical Sciences ; issue 45). [Khudozhestvennye antiutopii: tipologiya i filosofsko-antropologicheskie smysly / S. F. Denisov, L. V. Denisova. — Tekst : neposredstvennyy // Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. — 2017. — № 7 (403). — S. 19—26. — (Filosofskie nauki ; vyp. 45)]. — (In Rus.)
4. Zelinskiy, S. A. Information and Psychological Impact on the Mass Consciousness. Mass Media, Information and Propaganda — as a Conductor of Manipulative Methods of Influencing the Subconscious and Modeling the Actions of the Individual and the Masses. — St. Petersburg : Publishing and trading house "Scythia", 2008. — 403 p. [Informatsionno-psikhologicheskoe vozdeystvie na massovoe soznanie. Sredstva massovoy kommunikatsii, informatsii i propagandy — kak provodnik manipulativnykh metodik vozdeystviya na podsoznanie i modelirovaniya postupkov individa i mass. — Sankt-Peterburg : Izdat.-torgovyy dom «Skifiya», 2008. — 403 s.].
5. Issers, O. S. Communicative Strategies and Tactics of Russian Speech / O. S. Issers. — Ed. 5th. — Moscow : LKI Publishing House, 2008. — 288 p. — Text : unmediated. [Kommunikativnye strategii i taktiki russkoy rechi / O. S. Issers. — Izd. 5 e. — Moskva : Izdatel'stvo LKI, 2008. — 288 s. — Tekst : neposredstvennyy]. — (In Rus.)
6. Latu, M. N. Communicative Strategies and Tactics in Static Polycode Texts Devoted to Mass Lockdown / M. N. Latu, Yu. R. Tagil'tseva. — Text : unmediated // Political Linguistics. — 2021. — No 1 (85). — P. 50-71 [Kommunikativnye strategii i taktiki v statisticheskikh polikodovykh tekstakh, posvyashchennykh massovoy samoizolyatsii / M. N. Latu, Yu. R. Tagil'tseva. — Tekst : neposredstvennyy // Politicheskaya lingvistika. — 2021. — Vyp. 1 (85). — S. 50—71]. — DOI 10.12345/1999-2629_2021_01_05. — (In Rus.)
7. Manoylo, A. V. State Information Policy in Special Conditions : monograph / A. V. Manoilov. — Moscow : MEPhI, 2003. — 388 p. [Gosudarstvennaya informatsionnaya politika v osobykh usloviyakh : monogr. / A. V. Manoylo. — Moskva : MIFI, 2003. — 388 s.]. — (In Rus.)
8. Khranchenko, D. S. Irony and Humor as Discursive Mechanisms of Pragmatic Influence (based on the material of English-language business publications of the media) / D. S. Khranchenko. — Text : unmediated // Philological Sciences of MGIMO. — 2017. — No. 12 (4). — P. 70—75. [Ironiya i yumor kak diskursivnye mekhanizmy pragmaticheskogo vozdeystviya (na materiale angloyazychnykh delovyykh publikatsiy SMI) / D. S. Khranchenko. — Tekst : neposredstvennyy // Filologicheskie nauki MGIMO. — 2017. — № 12 (4). — S. 70—75]. — (In Rus.)
9. The Language of Information-psychological War: Strategies, Tactics and Techniques // Linguistics of Information-psychological War: a Collective Monograph. Book I / ed. prof. A. P. Skovorodnikov. — Krasnoyarsk : Sib. Feder. un-t, 2016. — Chapter 3. — 280 p. [Yazyk informatsionno-psikhologicheskoy voyny: strategii, taktiki i priemy // Lingvistika informatsionno-psikhologicheskoy voyny : kollektivnaya monografiya. Kniga I / pod red. prof. A. P. Skovorodnikova. — Krasnoyarsk : Sib. feder. un-t, 2016. — Glava 3. — 280 s.]. — (In Rus.)
10. Morris, M. The Internet as Mass Medium / M. Morris, C. Ogan. — Text : unmediated // Journal of Communication. — 1996. — Vol. 46. — № 1. — P. 39—50.