

## ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ В МАССМЕДИА

УДК 81'42

### **Генерализующие высказывания как средство манипулирования сознанием массового адресата**

*В. Н. Суздальцева*

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова,  
Российская Федерация, 125009, Москва, Моховая ул., 9

**Для цитирования:** *Суздальцева В. Н.* Генерализующие высказывания как средство манипулирования сознанием массового адресата // *Медиалингвистика*. 2018. Т. 5. № 1. С. 60–72. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu22.2018.105>

Статья посвящена рассмотрению высказываний с семантикой обобщенности, или генерализующих высказываний, — выявлению их структурно-семантических особенностей и возможностей их использования в массмедийном дискурсе. Специфической структурно-семантической постройкой фраз с обобщающим значением следует считать отсутствие связи с конкретным референтом и атемпоральность. Этими свойствами обусловлены функционирование генерализующих высказываний и результат их воздействия на получателя информации. Генерализующие высказывания рассматриваются в связи с категорией авторитетности — одной из важнейших коммуникативных категорий. Подчеркивается, что авторитетность генерализующих высказываний подготовлена фоновыми языковыми знаниями представителей лингвосоциума. Носитель языка привык воспринимать фразы, обладающие значением обобщенности (поговорки, афоризмы, максимы), как языковую оболочку, вмещающую в себя универсальные, применимые к ряду однотипных ситуаций и потому истинностные суждения. Авторитетной становится сама по себе языковая форма, которая имплицитно воздействует на сознание получателя сообщения и обуславливает фидеистическое восприятие информации, заложенной в генерализующем высказывании. Это может стать основой для манипулирования, поскольку конструкция, построенная по образцу генерализующего высказывания, иногда становится вмещателем неточного и даже заведомо ложного, не соответствующего реальности содержания. Поэтому

посредством использования генерализующих высказываний автор может создавать искаженную картину мира.

*Ключевые слова:* обобщение, генерализующие высказывания, авторитетность, имплицитность, манипулирование.

**Постановка проблемы.** *Ното homini lupus est* (т. е.: *Человек человеку — волк*) и *Человек человеку — друг, товарищ и брат*. Эти фразы построены по одной и той же морфолого-синтаксической модели, имеют одинаковое лексическое наполнение, заменен лишь последний — предикативный — компонент. Однако суждения, заключенные в каждом из выражений, — взаимоисключающие. «Большой словарь крылатых слов русского языка» В. П. Беркова, В. М. Мокиенко и С. Г. Шулежковой, сообщая о происхождении обоих высказываний (первое — из «Ослиной комедии» Плавта; второе — «пословица, образованная на основе декларативного призыва из Программы КПСС, принятой на XXII съезде этой партии в 1961 г.»), отмечает, что второе возникло «в результате антонимического “отталкивания”» [Берков и др. 2005: 539] от первого. Тем не менее мысль, выраженная в каждой из этих фраз, может быть воспринята носителем языка как некая непреложная истина. Обе фразы относятся к группе высказываний, получивших в лингвистике название *обобщающие*, или *генерализующие*. *Генерализация* (от лат. *genera* — ‘общий’) — «мысленное выделение каких-либо свойств, принадлежащих некоторому классу предметов, и формулирование такого вывода, который распространяется на каждый отдельный предмет этого класса, переход от единичного к общему и от менее общего к более общему» [Энциклопедия социологии 2009]. Синонимами к термину *генерализация* являются термины *обобщение*, *распространение* [Словарь русских синонимов]. Генерализующими высказываниями следует считать фразы, в которых суммируется накопленный общечеловеческий опыт, опыт какого-либо социума или же жизненный опыт какой-то отдельной персоны. Это афоризмы и максимы известных исторических личностей, философов, деятелей политики и культуры, цитаты из литературных и других произведений, фразы наших современников: *Большие всех говорит тот, кому нечего сказать* (Л. Н. Толстой); *Где слабый ненавидит, — сильный уничтожает* (А. Грин); *Не любить власть — все равно что не любить жизнь* (В. Сурков). Сюда же входят многие анонимные, но регулярно воспроизводимые в речи сентенции, пословичные выражения: *Ябедника на том свете за язык вешают*; *Красно бранье* (брань, ругань. — В. С.) *отдачею*; *Чужая жена — лебедушка, своя — полынь горькая*. Генерализующие высказывания регулярно появляются в публикациях СМИ, касаясь самых разных тем — от политики и философии до обыденных бытовых проблем. Их можно встретить в журналистских материалах: *Добро охотнее держится на стороне побежденных* (заголовок. — Московские новости. 2013. 12–15 сент.); *Самое страшное, когда ты становишься начальником, — ответственность* (Новые Известия. 2015. 8 окт.); *Чиновнику дешевле дать, чем его кормить* (заголовок. — Собеседник. 2013. 14–20 авг.); *Критиковать власть нужно всегда. Потому что она имеет обыкновение отрываться от народа, не исполнять обещания, нарушать законы, ею же принятые* (В. Войнович. — Аргументы и факты. 2012. № 5); *Есть такая аксиома: всякая власть развращает, а власть абсолютная развращает абсолютно* (там же); *Хотя, если без шуток, то у государства, которое*

*наплеватьски относится к здоровью граждан, просто нет будущего* (Аргументы и факты. 2012. № 46); *Звать в бой должны генералы, а не служители Бога* (Независимая газета. НГ религии. 2015. 7 окт.); *Путь выше цели. Достигнув цели, ты умираешь. Движение — это есть цель* (Юрий Рост в телевизионной передаче «Познер». Первый канал, 26 июня 2017 г.); *Если человек не способен посмеяться над собой, он не имеет права шутить над другими* (Э. Рязанов. — Аргументы и факты. 2015. № 49); *Поражение — очень полезное дело. Способствует осознанию ошибок* (Аргументы и факты. 2015. № 49) и т. д. Не менее активно участвуют в создании высказываний обобщающего характера рядовые носители языка — получатели массмедийной информации. Так, газета «Аргументы и факты» на протяжении 30 лет под рубрикой «АиФоризмы» печатала присланные в редакцию меткие высказывания читателей, например: *Потребительская корзина годится только для того, чтобы с ней ходить в лес за грибами; АиФоризм сродни мини-юбке: коротко и ясно; Если политика — грязное дело, то выборы — банный день*. Они были опубликованы в трехтомном издании под названием «Лучшие АиФоризмы: творчество читателей еженедельника “Аргументы и факты”» [Лучшие АиФоризмы... 2009]. Генерализующие высказывания легко запоминаются, врезаются в память, многие — благодаря своей неожиданности, парадоксальности. Представляется необходимым выяснить, какое место занимают высказывания этого типа в арсенале воздействующих средств СМИ и как они могут повлиять на формирование картины мира в сознании адресата массмедиа.

**История вопроса.** Высказывания с семантикой обобщенности — афоризмы, максимы, пословицы, крылатые слова — не раз становились объектом изучения в работах российских лингвистов. О генеритивном регистре речи, в котором осуществляется обобщение информации, соотнесение ее с «универсальным фондом знаний» и в котором рождаются обобщающие высказывания, пишут авторы фундаментального исследования «Коммуникативная грамматика русского языка» Г. А. Золотова, Н. К. Онипенко, М. Ю. Сидорова [Золотова и др. 1998: 395]. Ученые называют высказывания этого типа по-разному: *универсальные* [Гаврилова 1986], *обобщающие* [Сластникова 1992; Гаврилова 1980], *генеритивные* [Золотова и др. 1998; Завьялова 2002], *генерализованные* [Андиш 2012]. В данной статье использовано обозначение *генерализующие* как наиболее грамматически точное.

В исследовательской литературе высказывания с семантикой обобщенности рассматривались с точки зрения их употребления в контекстах на русском и иностранных языках, в функциональных стилях разного типа: публицистическом, художественном, в разговорной речи. Н. С. Данкова определяет генерализацию как одну из медийных стратегий репрезентации судебной власти [Данкова 2016: 73]. А. А. Данилова, анализируя манипулирование словом в СМИ, использует обозначения «штампы», «универсальные истины» и выделяет в английских текстах суждения, утверждающие в качестве универсальной истины положение, которое на самом деле является ложным. Ученый видит в этом один из приемов манипулятивного воздействия — «подмену ассерции под пресуппозицию» [Данилова 2011: 111]. В филологической науке достаточно полно описан набор разноуровневых средств языка (лексических и грамматических), взаимодействие которых придает высказыванию характер генерализующего. Это: 1) местоимения обобщенной семантики: *всякий, любой, каждый, все* — так называемые «кванторы общности»

[Шмелев 2002: 81, 83]; 2) наречия обобщающей семантики: *везде, всюду, всегда, нигде, никогда*; 3) формы личных местоимений и формы лица глагола, способные выражать значение обобщенности: 1-е лицо ед. числа, 2-е лицо ед. числа, 1-е лицо мн. числа, 3-е лицо мн. числа; 4) формы 2-го лица ед. и мн. числа повелительного наклонения; 5) понятийный уровень значения имен существительных; 6) вневременное (атемпоральное) значение формы настоящего времени глагола; 7) бытийные глаголы: *быть, являться*; 8) модальные глаголы и предикативные слова с модальностью возможности или долженствования; 9) лексика некоторых семантических групп, обеспечивающих реализацию стратегии генерализации (на них указывает Н. С. Данкова): а) слова со значением регулярности совершения действия; б) слова, в семантику которых заложено представление о большом количестве, о всеохватности; в) слова с семантикой общепризнанности [Данкова 2016: 75–77]. Однако до сих пор нет четкого ответа на вопрос, под воздействием каких факторов содержание любого высказывания, оформленного как генерализующее, воспринимается носителем языка как безусловно мудрое истинностное суждение, применимое ко всем подобным ситуациям. Между тем нередко бывает, что мысль, заключенная в высказываниях генерализующего типа, сомнительна с точки зрения соответствия истине, например: *Побеждает тот, кто меньше любит* — анонимный афоризм, использованный как название главы одного из сочинений Виктора Ерофеева [Ерофеев 2001], или приведенная выше фраза В. Суркова о власти. Содержание разных генерализующих высказываний может противоречить друг другу — таковы совпадающие по структуре, но диаметрально противоположные по смыслу фраза из комедии Плавта и один из призывов принятой на XXII съезде Программы КПСС.

#### **Цель данного исследования:**

- 1) попытаться определить, какие именно языковые и внеязыковые факторы обеспечивают восприятие информации, заключенной в форму генерализующего высказывания, как истинностной и универсальной;
- 2) установить перлокутивные возможности высказываний, построенных как генерализующие, и особенности их воздействия на сознание и поведенческие реакции носителей языка, в частности аудитории массмедиа.

**Материалом для анализа** послужили генерализующие высказывания, употреблявшиеся в отечественных СМИ (газеты, журналы, радио, телевидение, онлайн-издания) в период с 2000 по 2017 г. (произвольная выборка). К анализу привлекались также отдельные генерализующие высказывания, входящие в афористический и паремиологический фонд русского языка, из разных источников [Берков и др. 2005; Большая книга афоризмов... 2017; Даль 1999; Пословицы и поговорки... 1987].

**Методика анализа.** Анализ проводился в рамках коммуникативной стилистики с учетом координат взаимодействия: адресант — сообщение — адресат. Основные единицы исследования — генерализующие высказывания — рассматривались в связи с теми лингвистическими и психолингвистическими навыками носителей языка, которыми обусловлено восприятие высказываний генерализующего типа.

**Анализ материала.** Известно, что пресуппозиция (фоновые знания) в значительной степени определяет восприятие получаемой информации. С точки зрения логики и лингвистической семантики, пресуппозиция — это «мысль, предпосылка,

внутренне заключенная в логической посылке, но не высказанная эксплицитно» [Епишкин 2010]. Однако можно говорить и о предзнании языковом, обусловленном накопленными лингвистическими представлениями о функционировании средств языка, — таком, которое вызывает стереотипную спонтанную реакцию адресата на вербальные сигналы определенного типа. Самый простой пример — реакция на фразу, содержащую лексику семантики долженствования и произнесенную с интонацией побудительности: *Ты обязан это сделать!* Адресат либо как минимум сбит с толку, начинает сомневаться и внутренне склоняется к необходимости совершения названного действия, либо автоматически, бездумно подчиняется приказу. Очевидно, что принятие информации без ее рационального осмысления, фидеистичность (примат веры над разумом), на которую как на один из основных системообразующих признаков политического дискурса указывает Е. И. Шейгал [Шейгал 2004: 55], может проявляться в абсолютном доверии к информации, воплощенной в некоторые языковые конструкции. Такими конструкциями, на наш взгляд, являются и высказывания с семантикой обобщенности, или генерализующие высказывания. Чем обусловлено фидеистическое восприятие высказываний этого типа?

В научной литературе не раз отмечалось, что авторитетность источника, авторитетность автора речи относятся к числу факторов, которые обеспечивают доверие массового адресата к полученной информации [Крысько 1999]. Так, в советские годы долгое время авторитетной для большинства читателей и телезрителей была информация официальных СМИ. Об авторитетном слове, фидеистическое отношение к которому является когнитивной опорой авторитарного дискурса, пишет Е. И. Шейгал [Шейгал 2004: 61]. Авторитетности как одной из важнейших коммуникативных категорий посвящена подготовленная в Воронежском государственном университете и ставшая в 2008/09 году лауреатом (I место) в книжном конкурсе Российской коммуникативной ассоциации коллективная монография под редакцией профессора В. Б. Кашкина [Авторитетность и коммуникация 2008]. Действительно, в дискурсивном взаимодействии людей неизменно присутствует и имплицитно диктует мыслительные и эмоционально-оценочные реакции потребность в опоре на авторитет и в подчинении авторитету. В российской ментальности и в российской языковой картине мира всегда особое место занимал тот, кто был выше всех и на кого можно было надеяться больше, чем на себя. В присловьях, междометных выражениях и поговорках четко указано, что это Бог на небе и царь на земле: *Ради Бога; Чем Бог послал; Только Богу и плакаться* [Даль 1999, т. 1: 103]; *Без царя народ сирота; Без Бога свет не стоит — без царя земля не правится* [Даль 1999, т. 4: 570]. О «русской доверчивости», о «постоянном поиске авторитета (окрепленном нынешними социологами как «русский патернализм»)» [Колесов 2007: 519, 520] пишет В. В. Колесов. Очевидно, что модель мира в российской коллективной ментальности, так же как в ментальности других народов, складывалась не только как антропоцентричная, где центром является человек [Цивьян 2006: 12], но и как пирамида или как гора, вершиной которой является высшее существо — Бог или царь, где все, что нисходит с этой вершины, является несомненно верным и требующим неукоснительного исполнения: *Правда живет у Бога; Все от Бога* [Даль 1999, т. 1: 103]; *Царь от Бога пристав; Никто против Бога да против царя* [Даль 1999, т. 4: 570].

Важно отметить, что традиционно авторитетность понимается как безусловно признаваемые обществом весомость и влияние какого-либо лица, или социального института, политического объединения, или группы лиц, обладающих определенным социальным статусом, а также произведения, в том числе речевого, товара, фирмы и т. п. во всех его проявлениях: словах, действиях, символических и иконических знаках. Авторитет возникает не сразу, но обретается в результате функционирования данного лица, произведения, реалии и т. д. в социальном и культурном пространстве в синхронии и диахронии. Авторитет, как отмечается в статье В. Б. Кашкина «Авторитетность как коммуникативная категория», — это своего рода «символический капитал», накопленный «в результате предыдущих реальных и дискурсивных действий» [Авторитетность и коммуникация 2008]. Выведенная исследователем типология средств, указывающих на авторитетность («маркеров авторитетности»), опирается на разделение авторитетности источника и авторитетности сообщения. Авторитетные источники — это упоминаемые имена знаменитостей, титулы, ученые степени и звания, ссылки на известные произведения знаменитых общественных деятелей, классиков, влиятельных бизнесменов и т. д. [Авторитетность и коммуникация 2008], т. е. единицы внеязыковых семиотических рядов, лишь обозначенные средствами языка. Авторитетность сообщения создают «авторитетные» тексты с «забытым автором», энциклопедии и словари, документы; сюда же относятся единицы паремиологического фонда (поговорки и пословицы), «вербализованные мифологемы» [Авторитетность и коммуникация 2008]. Заметим, что во многих случаях авторитетность понимается еще и как *персональная* положительная, незапятнанная *репутация* того или иного источника или свидетельства: известного политика, писателя, выдающегося ученого или персоны, известного произведения и т. д. Авторитетность пословицы и какого-либо другого постоянно воспроизводимого в речи анонимного текста (текста с «забытым автором») также является персональной; она обретена в результате регулярного употребления данной речевой единицы и признания ее мудрости и значимости носителями языка.

Таким образом, основной описанной в научной литературе единицей, с помощью которой в текстах реализуется категория авторитетности, преимущественно оказывается тип источника, обладающий авторитетом («маркер авторитетности»): персона, ее звание, титул, ссылка или цитирование, относящиеся к этой персоне, а также известное краткое высказывание: пословица или анонимный афоризм. Языковым механизмам реализации этой категории уделяется значительно меньше внимания.

Важно, однако, иметь в виду, что придать авторитетность сообщению и, следовательно, стимулировать принятие информации без ее рационального осмысления способны не только источник сообщения или ссылка и указание на него, но и собственно языковые особенности речи. О некоторых из них пишут авторы статей коллективной монографии «Авторитетность и коммуникация». Это формы повелительного наклонения и будущего времени глагола, с оттенком необходимости и безусловности совершения действия [Леонтович, Дубинина 2008]; «использование форм повелительного наклонения (для выражения директивной информации)», «обезличенность изложения», прецедентные тексты, прецедентные имена, имена-символы, ссылки на использование специальной терминологии [Авторитет-

ность и коммуникация 2008]; многократное повторение интертекстуальных слоганов в рекламе [Авторитетность и коммуникация 2008]; конструкции с интенцией директивности, где категорический запрет, которому следует подчиниться, выражается с помощью императивов или ограничительных частиц: *Только для персонала; Не курить!* [Авторитетность и коммуникация 2008].

К этому перечню необходимо добавить и высказывания обобщающего значения, т. е. генерализующие высказывания. На их место в ряду других средств речевого воздействия указывается в некоторых работах по социальной психологии. Так, В. Г. Крысько относит пословицы, поговорки к словесным средствам «фольклорной педагогики», которые могут служить «ситуативно значимыми воспитательными рычагами» [Крысько 2003: 142].

Вербальные средства, придающие высказыванию семантику обобщенности («кванторы общности»), могут быть представлены в фразах этого типа в разных комбинациях. Однако есть главная черта, которая объединяет генерализующие высказывания разных моделей и одновременно противопоставляет их высказываниям негенерализующего значения. Она проявляется в семантике высказывания. Это отмечаемое всеми исследователями отсутствие референционной соотнесенности с конкретным объектом и конкретным временем [Сластникова 1992: 1–2, 6]. Фразы, обладающие этим свойством, во-первых, обретают относительную автономность — способность функционировать и восприниматься вне контекста и конситуации в качестве самостоятельных кратких текстов, обладающих смысловой целостностью и завершенностью (на это указывает Е. Н. Гаврилова [Гаврилова 1980: 73]). Во-вторых, они воздействуют на сознание получателя информации и вызывают стереотипные ментальные реакции. Весь приобретенный ранее языковой опыт (знание пословиц, максим, афоризмов и т. д.) приучил носителя языка автоматически воспринимать высказывания подобной семантико-грамматической организации как вместилище суждений об общих свойствах какой-то группы явлений, т. е. какого-то обобщения (исследователи социальной психологии определяют привычку как «поведение, которое было выработано в результате жизненного опыта и теперь выполняется почти автоматически» [Крысько 2003: 219]; это определение, очевидно, вполне применимо и к привычке однозначно реагировать на некоторые языковые сигналы). Обобщение неизменно основывается на наблюдениях над множеством однотипных ситуаций и потому является основанием для безусловно верного вывода. Поэтому в сознании носителей языка сложилась стереотипная реакция на высказывания, оформленные по типу генерализующих, как на вместилище некоей бесспорной, доказанной опытом истины. И репутацию бесспорно авторитетного слова приобретает сама по себе языковая форма, независимо от источника и автора (зачастую они вообще неизвестны), она имплицитно действует на сознание адресата сообщения и становится сигналом того, что смыслу высказывания можно доверять. В этом случае полученная информация, в том числе и ее аксиологическая составляющая, обусловлена не тем предзнанием, которое создается когнитивным освоением действительности, а предзнанием языковым (назовем это лингвопредзнанием) — привычкой воспринимать конструкции данного типа как вместилище неких истинных и применимых к любой ситуации, универсальных суждений.

Однако в подобную форму бывает вложено и спорное, неверифицируемое содержание. Таковы, например, процитированное выше высказывание о власти

В. Суркова: *Не любить власть — все равно что не любить жизнь* или рассуждения В. Войновича. Содержание высказывания с обобщающей семантикой может быть затуманенным, см. газетное: *Казнокрадство рождает свободу* (заголовок. — Аргументы недели. 2013. 31 мая — 6 июня) или заведомо ложным, абсолютно не соответствующим реальности — абсурдным. Проф. Т. М. Николаева в одном из устных выступлений приводила такую фразу: *Мужчина с бородой и усами не может быть настоящим журналистом*. На адресата недостаточно просвещенного или далекого от журналистики и журналистов подобная языковая оболочка, ассоциирующаяся с универсальными и истинностными суждениями, способна подействовать гипнотически, а высказанная мысль отложится в памяти как полученное новое знание.

Очевидно, что, будучи одним из средств систематизации и концептуализации явлений действительности, генерализующие высказывания могут быть использованы как для открытого убеждающего воздействия, так и для манипулятивного воздействия на сознание аудитории массмедиа. Как известно, цель речевого манипулирования — повлиять на сознание и поведение адресата речи имплицитно. Одновременно имплицитность — способ вербального манипулирования [Гуляйкина 2011: 128], в результате которого получателю речи, без какого бы то ни было проводимого им когнитивного анализа поступающей информации, постепенно прививаются новые представления, способные не только корректировать, но и искажать реальную картину мира. К способам такого искажения следует отнести генерализующие высказывания. Внутренняя политика, социальная жизнь России — та область, которая неизменно находится в центре внимания многих современных россиян и служит основанием для рассуждений и обобщений. В текстах массмедийного дискурса новой России (в печатных, телевизионных СМИ, в текстах радиопередач, в Интернете), в том числе в той их части, которая относится к политике, родилось значительное количество новых фраз обобщающего характера, создатели которых высказывают свои представления о ситуации в нашей стране, о взаимоотношениях между ее гражданами, о государстве, о власти, например: *Важен отдельный человек, а не общество* (Ю. Рост в ТВ-передаче «Познер». Первый канал, 26 июня 2017 г.); *Государство — это средство, с помощью которого народ длит и развивает свое историческое предназначение* (С. Кургинян. — Разговор с С. Е. Кургиняном на портале РОСБАЛТ. URL: <https://vzv-ig.livejournal.com/369559.html>); *Есть такая аксиома: всякая власть развращает, а власть абсолютная развращает абсолютно* (В. Войнович. — Аргументы и факты. 2012. № 5); *Чиновнику дешевле дать, чем его кормить* (Собеседник. 2013. № 30); *Человек начинается там, где кончается государство* (URL: <https://shumovich.livejournal.com/82717.html>); *Роспуск парламента — запуск парламентаризма* (URL: <https://www.fraznik.ru/search.php>) и т. п. См. также более ранние высказывания: *Где начинается единство, там заканчивается парламент* (Спутник. 1990. № 3, март); *Когда государству нечего дать своим гражданам, оно дает им свободу* (Независимая газета. 1991. 19 ноября) и т. д. Многие из суждений, высказанных в этих фразах, отражают скептическое, иногда саркастическое отношение авторов к тому, что охарактеризовано, и они не бесспорны. Однако сама языковая конструкция, в которую они воплощены, авторитетна, внушает адресату доверие и имплицитно принуждает его принять суждения и оценки, оформленные как высказывания генерализующего типа. Этому способствуют особенности прочтения текстов массмедиа, которое в большинстве



случаев является поверхностным и потому не вполне адекватным (об этом пишет А. А. Данилова: анализируя виды вербального манипулирования в средствах массовой информации, исследовательница приводит данные социологического опроса, согласно которым адекватное восприятие текстов СМИ, т. е. правильное понимание «пропагандистской заданности» сообщения и способности сформулировать ее суть, было обнаружено лишь у 13,6% респондентов [Данилова 2011: 18]).

**Результаты исследования.** Проведенный анализ высказываний генерализующего типа и их перлокутивных возможностей в текстах массовой информации позволяет утверждать следующее.

Авторитетность сообщения может создаваться не только с помощью ссылок на авторитетные источники. Авторитетной, т. е. обеспечивающей безусловное доверие адресата к смыслу сообщения, может быть языковая форма, в которой это сообщение воплощено. Генерализующие высказывания, на которые носитель языка стереотипно реагирует как на результат суммирования накопленных знаний и, следовательно, с точки зрения содержания истинностных, входят в число конструкций, обладающих авторитетностью. Доверие получателя речи к информации, воплощенной в конструкции генерализующего типа, может быть использовано для имплицитного манипулятивного воздействия на его сознание, в том числе для изменения его оценок и представлений. Небезызвестной фразой *Цель оправдывает средства*, приписываемой Н. Макиавелли [Берков и др. 2005: 531], легко оправдать любые преступные деяния. А правомерность процитированного выше суждения *Всякая власть развращает, а власть абсолютная развращает абсолютно* может подтвердить только человек, обладающий собственным опытом и сложившейся точкой зрения в этой области. С помощью языковых форм, которые носители языка привыкли воспринимать как оболочку («упаковку») неких обобщающих смыслов, любому единичному явлению можно придать статус универсального. См., например, приведенное выше *Чиновнику дешевле дать, чем его кормить*. В политическом дискурсе массмедиа, где ситуация полемики и интенция «понижения» соперника допускают резкость и даже некоторую необъективность, сообщение тем не менее не должно становиться дезинформацией. Между тем авторитетность, безапелляционность генерализующих высказываний перекрывают рациональное, аналитическое начало у адресата сообщения, имплицитно побуждают его принять любую заключенную в таких высказываниях информацию без ее критического осмысления. Важно также иметь в виду, что основанная на обобщении информация может упрощать и схематизировать факты реальной действительности. В «Новейшем философском словаре» отмечено, что при обобщении «признаки и свойства, придающие неповторимость и исключительность каждому отдельному элементу обобщаемой совокупности, элиминируются» и «происходит формализация объекта... и единицы анализа системы» [Новейший философский словарь 1998: 43]. А такая формализация не всегда желательна: картина мира или образ какого-либо ее фрагмента, объекта становятся упрощенными и в значительной степени поверхностными, а ведь именно частности, нюансы порой играют важнейшую роль.

**Выводы.** Итак, высказывания с семантикой обобщения, или генерализующие высказывания, входят в арсенал вербальных средств, с помощью которых производится воздействие на сознание аудитории массмедиа. Это воздействие может осуществляться имплицитно и иметь манипулятивный характер. Основой для ма-

нипуляции становится привычка адресата доверять языковому оформлению фразы, построенной как генерализующее высказывание, и воспринимать заключенное в ней суждение как соответствующее действительности.

С помощью генерализующих высказываний можно привить адресату массмедиа новые представления, новую интерпретацию того или иного образа, в частности образа власти, образа государства, образа современной России. Эти представления могут быть как истинными (результат — повышение информированности общества), так и ложными (результат — искаженная картина мира в сознании массовой аудитории).

## Литература

- Авторитетность и коммуникация: кол. моногр. / отв. ред. В. Б. Кашкин. Вып. 4. Воронеж: Воронеж. гос. ун-т, 2008. (Аспекты языка и коммуникации).
- Андиш И. Б. Генерализованные высказывания в публицистическом и художественном дискурсах: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Пятигорск, 2012.
- Берков В. П., Мокиенко В. М., Шулежкова С. Г. Большой словарь крылатых слов русского языка. М.: Астрель, АСТ, 2005.
- Большая книга афоризмов: от мудрости священных книг до крылатых фраз современников. М.: АСТ, 2017.
- Гаврилова Е. Н. Обобщенность как категория лингвистики текста // Рус. язык за рубежом. 1980. № 5. С. 68–73.
- Гаврилова Е. Н. Универсальные высказывания и другие обобщающие суждения // Филол. науки. 1986. № 3. С. 56–62.
- Гуляйкина С. О. Имплицитность высказывания как атрибут вербальной манипуляции // Изв. Пензен. гос. пед. ун-та имени В. Г. Белинского. Гуманитарные науки. 2011. № 23. С. 128–131.
- Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. М.: Рус. язык, 1999.
- Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. 2-е изд. М.: Добросвет, 2011.
- Данкова Н. С. Стратегия генерализации как средство репрезентации судебной власти в СМИ: на матер. рос. и англ. печатных СМИ // Полит. лингвистика. 2016. № 1 (55). С. 73–81.
- Дубовицкий Н. (В. Ю. Сурков). Околоноля. URL: <http://rubook.org/book.php?book=162753> (дата обращения: 15.08.2017).
- Епишкин Н. И. Исторический словарь галлицизмов русского языка. М.: ЭТС, 2010. URL: <https://galicismes.akademic.ru> (дата обращения 15.08.2017).
- Ерофеев В. В. Бог X: рассказы о любви. М.: Зебра Е, 2001. URL: [http://modernlib.ru/books/erofeev\\_viktor\\_vladimirovich/bog\\_x/read/](http://modernlib.ru/books/erofeev_viktor_vladimirovich/bog_x/read/) (дата обращения 15.08.2017).
- Завьялова О. С. Функции генеритивного высказывания в структуре текста: автореф. ... дис. ... канд. филол. наук. М., 2002.
- Золотова Г. А., Онипенко Н. К., Сидорова М. Ю. Коммуникативная грамматика русского языка. М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 1998.
- Колесов В. В. Русская ментальность в языке и тексте. СПб.: Петерб. востоковедение, 2007.
- Леонтович О. А., Дубинина И. И. Коммуникативные стратегии иерархического общения // Авторитетность и коммуникация: кол. моногр. / отв. ред. В. Б. Кашкин. Вып. 4. Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2008. URL: <http://tpl1999.narod.ru/index/0-70> (дата обращения 15.08.2017).
- Крысько В. Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт). Минск: Харвест, 1999. URL: <http://evartist.narod.ru/text19/001.htm>
- Крысько В. Г. Словарь-справочник по социальной психологии. СПб.: Питер, 2003.
- Лучшие «АиФоризмы»: творчество читателей еженедельника «Аргументы и факты»: в 3 т. / сост. Вяч. Нецаев. М.: АРИА-АиФ, 2009.
- Новейший философский словарь / сост. А. А. Грицанов. Минск: Изд. В. М. Скакун, 1998. URL: <http://www.kph.npu.edu.ua!/e-book/tpft/data/WOLG%20%23%201/1088.%20%CD%EE%E2%E5%E9%F8%E8%E9%20%F4%E8%EB%EE%F1%EE%F4%F1%EA%E8%E9%20%F1%EB%EE%E2%E0%F0%FC/%CD%EE%E2%E5%E9%F8%E8%E9%20%F4%E8%EB%EE%F1%EE%F4%F1%EA%E8%E9%20%F1%EB%EE%E2%E0%F0%FC.pdf> (дата обращения: 15.08.2017).

- Пословицы и поговорки русского народа: из сборника В. И. Даля / под ред. Б. П. Кирдана. М.: Правда, 1987.
- Сластникова Т. В. Функционирование обобщающего высказывания в тексте: на материале французского языка: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1992.
- Словарь русских синонимов. URL: <http://edbi.ru/sinonim/%D0%B3%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D1%80%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F>.
- Цивьян Т. В. Модель мира и ее лингвистические основы. 3-е изд., испр. М.: КомКнига, 2006.
- Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. М.: Гнозис, 2004.
- Шмелев А. Д. Русский язык и внеязыковая действительность. М.: Языки слав. культуры, 2002.
- Энциклопедия социологии. 2009. URL: [http://onlineslovari.com/entsiklopediya\\_sotsiologii/page/generalizatsiya.597/](http://onlineslovari.com/entsiklopediya_sotsiologii/page/generalizatsiya.597/).

Статья поступила в редакцию 15 сентября 2017 г.;  
рекомендована в печать 27 октября 2017 г.

Контактная информация:

Вера Николаевна Суздальцева — канд. филол. наук, доц.; [vnsuzdaltseva@gmail.com](mailto:vnsuzdaltseva@gmail.com)

## Generalizing statements as a way to manipulate the consciousness of the mass addressee

V. N. Suzdaltseva

Lomonosov Moscow State University,  
9, r. 204, Mokhovaya ul., Moscow, 125009, Russian Federation

**For citation:** Suzdaltseva V. N. Generalizing statements as a way to manipulate the consciousness of the mass addressee. *Media Linguistics*, 2018, vol. 5, no. 1, pp.60–72. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu22.2018.105> (In Russian)

The article reviews statements with generic semantics or generalizing statements, identifies their structural and semantic features and their potential in mass media discourse. Disconnection from a specific referent and non-temporality should be deemed to be specific of structural and semantic constructions of phrases with generalizing meaning. These features determine how generalizing statements function and how they affect the recipient of information. Generalizing statements are studied in view of the category of authoritativeness — one of the major communicative categories. The article emphasizes that the authoritativeness of generalizing statements is backed up by background linguistic knowledge of linguistic society representatives. The native speaker gets used to perceiving phrases with generalizing meaning (proverbs, aphorisms, maxims) as a linguistic shell containing universal judgments applicable to a number of single-type situations and therefore true. The very linguistic form, which implicitly affects the message recipient's consciousness and shapes the fideistic perception of information inherent in generalizing statements, becomes authoritative. It can be the basis for manipulation, because a construction patterned after a generalizing statement can sometimes have inaccurate and even deliberately false content inconsistent with reality. Therefore, by using generalizing statements the author can create a distorted world view.

**Keywords:** generalization, generalizing statements, authoritativeness, implicitness, manipulation.

## References

- Andish I. B. *Generalizovannyye vyskazyvaniia v publitsisticheskom i khudozhestvennom diskursakh*: avtoref. ... dis. kand. filol. nauk [*Generalized statements in publicistic and artistic discourses*. Thesis of PhD]. Pyatigorsk, 2012. (In Russian)

- Avtoritetsnost' i kommunikatsiia. Kollektivnaia monografiia [Authoritativeness and communication. Collective monograph]. Under the editorship of prof. V. B. Kashkin. *Aspects of language and communication series*. Issue 4. Voronezh, 2008. (In Russian)
- Berkov V. P., Mokienko V. M., Shulezhkova S. G. *Bolshoi slovar' krylatykh slov russkogo iazyka* [The great dictionary of popular expressions in the Russian language]. Moscow, 2005. (In Russian)
- Bolshaiia kniga aforizmov. Ot mudrosti sviashchennykh knig do krylatykh fraz sovremennikov* [The great book of aphorisms. From the wisdom of sacred books to popular expressions of contemporaries.]. Moscow, 2017. (In Russian)
- Gavrilova E. N. Obobshchennost' kak kategoriia lingvistiki teksta [Generality as a category of text linguistics]. *Russkii iazyk za rubezhom* [Russian language abroad], 1980, no. 5. (In Russian)
- Gavrilova E. N. Universal'nye vyskazyvaniia i drugie obobshchaiushchie suzheniia [Universal statements and other generalizing judgments]. *Philological sciences*, 1986, no. 3. (In Russian)
- Guliaikina S. O. Implitsitnost' vyskazyvaniia kak atribut verbal'noi manipulatsii [Implicitness of statements as an attribute of verbal manipulation]. *Bulletin of Belinsky Penza state pedagogical university. Humanities*, 2011, no. 23. (In Russian)
- Dal' V. I. *Tolkovii slovar' zhivogo velikorusskogo iazyka. V 4 tomakh* [Explanatory dictionary of the living great Russian language. In 4 volumes]. Moscow, 1999. (In Russian)
- Daniilova A. A. *Manipulirovanie slovom v sredstvakh massovoi informatsii* [Manipulation with words in the media]. 2<sup>nd</sup> ed. Moscow, 2011. (In Russian)
- Dankova N. S. Strategia generalizatsii kak sredstvo reprezentatsii sudebnoi vlasti v SMI na materiale rossiiskikh i angliiskikh pechatnykh SMI [Generalization strategy as a way to represent judicial authority in the media: based on the Russian and English print media]. *Political linguistics*, 2016, no. 1 (55). (In Russian)
- Entsiklopediia sotsiologii* [Encyclopedia of sociology]. 2009. URL: [http:// onlineslovari.com/entsiklopediya\\_sotsiologii/page/generalizatsiya.597/](http://onlineslovari.com/entsiklopediya_sotsiologii/page/generalizatsiya.597/). (In Russian)
- Epishkin N. I. Istoricheskii slovar' gallitsizmov russkogo iazyka [Historical dictionary of gallicisms of the Russian language]. Moscow, 2010. Available at: [https:// gallicismes.akademic.ru/](https://gallicismes.akademic.ru/). (In Russian)
- Erofeev V. V. *Bog X. Istorii lubvi* [God X. Love stories]. Moscow, 2001. Available at: [http://modernlib.ru/books/erofeev\\_viktor\\_vladimirovich/bog\\_x/read/](http://modernlib.ru/books/erofeev_viktor_vladimirovich/bog_x/read/). (In Russian)
- Kashkin V. B. Avtoritetsnost' kak kommunikativnaia kategoriia [Authoritativeness as a communicative category]. *Authoritativeness and communication. Collective monograph*. Under the editorship of V. B. Kashkin. *Aspects of language and communication series*. Issue 4. Voronezh, 2008. Available at: <http://tpl1999.narod.ru/index/0-62>. (In Russian)
- Kolesov V. V. *Russkaia mentalnost' v iazyke i texte* [Russian mentality in language and texts]. St. Petersburg, 2007. (In Russian)
- Krys'ko V. G. *Sekrety psikhologicheskoi voiny (tseli, zadachi, metody, formy, opyt)* [Secrets of psychological war (objectives, tasks, methods, forms, experience)]. Minsk, 1999. Available at: <http://evartist.narod.ru/text/19/001.htm>. (In Russian)
- Krys'ko V. G. *Slovar'-spravochnik po sotsialnoi psikhologii* [Reference book of social psychology]. St. Petersburg, 2003. (In Russian)
- Leontovich O. A., Dubinina, I. I. Kommunikativnye strategii ierarkhicheskogo obshchenia [Communicative strategies of hierarchical communication]. *Authoritativeness and communication. Collective monograph*. Under the editorship of V. B. Kashkin. *Aspects of language and communication series*. Issue 4. Voronezh, 2008. Available at: <http://tpl1999.narod.ru/index/0-70>. (In Russian)
- Luchshie Aiforizmy. V 3 tomakh. Tvorchestvo chitatelei ezhenedel'nika «Argumenty i fakty»* [Best AiForisms. In 3 volumes. Creative works of readers of "Argumenty i Fakty weekly"]. Moscow, 2008. (In Russian)
- Noveishii filosofskii slovar'* [Updated dictionary of philosophy]. Available at: [http:// dic.academic.ru/ dic.nsf/ dic\\_new\\_philosophy/311/generalization](http://dic.academic.ru/dic_new_philosophy/311/generalization). (In Russian)
- Posloviitsy i pogovorki russkogo naroda. Iz sbornika V. I. Dalia* [Proverbs and sayings of Russian people. From the collection of V. I. Dahl]. Under the editorship of B. P. Kiridan. Moscow, 1987. (In Russian)
- Sheigal E. I. *Semiotika politicheskogo diskursa* [Semiotics of political discourse]. Moscow, 2004. (In Russian)
- Shmelev A. D. *Russkii iazyk i vneiazykovaia deistvitel'nost'* [The Russian language and extralinguistic reality]. Moscow, 2002. (In Russian)
- Slastnikova T. V. *Funktsionirovanie obobshchaiushchego vyskazyvaniia v tekste: avtoref. ... dis. kand. filol. nauk* [Functions of generalizing statements in texts (based on the French language)]. Thesis of PhD]. Moscow, 1992. (In Russian)
- Slovar' russkikh sinonimov* [Dictionary of Russian Synonyms]. Available at: <http://edbi.ru/sinonim/generalizatsiya>. (In Russian)

- Surkov V. Iu. (pseudonym Nathan Dubovitskii). *Okolonolia* [*Close to zero*]. Available at: [http:// rubook.org/book.php?book=162753](http://rubook.org/book.php?book=162753). (In Russian)
- Tsivian T. V. *Model' mira i ieio lingvisticheskie osnovy* [*World model and its linguistic base*]. 3<sup>rd</sup> edition, revised. Moscow, 2006. (In Russian)
- Zavialova O. S. *Funktsii generativnogo vyskazyvaniia v strukture teksta*: avtoref. ... dis. kand. filol. nauk [*Functions of generative statements in text structure*. Thesis of PhD]. Moscow, 2002. (In Russian)
- Zolotova G. A., Onipenko N. K., Sidorova M. Yu. *Communicativnaia grammatika russkogo iazyka* [*Communicative grammar of Russian language*]. Moscow 1998. (In Russian)

Author's information:

Vera N. Suzdaltseva — PhD, Associate Professor; vnsuzdaltseva@gmail.com