

Дифференциация мягкой, жесткой и умной силы в медийном дискурсе реагирования: экспериментальное исследование

И. А. Якоба

Иркутский национальный исследовательский технический университет,
Российская Федерация, 664074, Иркутск, ул. Лермонтова, 83
Иркутский государственный университет,
Российская Федерация, 664082, Иркутск, ул. Улан-Баторская, 6

Для цитирования: Якоба И. А. (2023). Дифференциация мягкой, жесткой и умной силы в медийном дискурсе реагирования: экспериментальное исследование. *Медиалингвистика*, 10 (2), 265–279. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.208>

Представлены и дифференцированы силы дискурса в современном медийном интернет-пространстве на примерах социального, политического, религиозного видов дискурсов. Используемые методы: интерпретация, инференция и лингвистический эксперимент. Цель исследования — проанализировать понимание медийным адресатом умной, мягкой и жесткой сил дискурса. Проведено онлайн-анкетирование в Google-форме для выявления степени понимания терминов *умной, мягкой и жесткой сил* и их практического применения разноплановым адресатом. В ходе исследования подтвердилась гипотеза о способности не узкоспециализированного адресата дифференцировать воздействующие силы дискурса. Дифференциация сил дискурса подтверждена $\frac{2}{3}$ респондентов, которые верно определили силы. Сила каждого примера обоснована по предложенным параметрам. Вначале анализируется группа ответов, которые набрали наибольшее количество правильных ответов. Затем выполняется интерпретативно-инференционный анализ явных ошибок респондентов при определении сил. В конце проводится анализ примеров, которые оказались «на грани провала», то есть разница между количеством правильных и неправильных ответов была небольшая. В результате делаются выводы о синергичном действии сил дискурса, их интерференции и взаимовлиянии, что в некоторых случаях затрудняет точную дифференциацию сил респондентами, не являющимися специалистами в данной сфере. Однако обосновывается необходимость данного разделения дискурсивных сил воздействия в связи с усилением интеллектуального потенциала медийного дискурса «умно» влиять на адресата, целенаправленно конструируя дискурс по заданным параметрам. Дискурс реагирования, обратная связь с потенциальным адресатом позволяют уточнить набор параметров, необходимых для более точной и однозначной дифференциации дискурсивных сил, способных оказывать действие и конструировать дискурсивные события в современном медийном пространстве.

Ключевые слова: мягкая сила дискурса, жесткая сила дискурса, умная сила дискурса, медийный дискурс.

Постановка проблемы

Изучение действия и возможности конструирования сил медийного дискурса, основанное на концепте силы и власти дискурса в аксиологически параметризованном коммуникативном пространстве, выявляет возможности настрой-

ки дискурса, в частности для управления сложными социальными ситуациями, основанными на социальных угрозах, как, например, ситуация с распространением коронавируса, в части влияния на принятие публичным адресатом предлагаемых мер социальной защиты [Серебренникова, Якоба 2021: 188]. Управление медийным дискурсом становится возможным посредством его настройки, точнее настройки дискурсивных сил, оказывающих воздействие на адресата. Конструирование дискурсивных сил может производить как сам адресант, если он владеет профессионально необходимым инструментарием, так и узкий специалист, нанятый заказчиком. Потенциал использования власти и силы дискурса становится все более очевидным в последние годы в различных СМИ, особенно в интернет-коммуникации, что доказывает необходимость популяризации определения и дифференциации дискурсивных технологий, методов и способов воздействия как в международной практике, так и в рекламе, быту, институциональной коммуникации. Появление огромного количества фейков, ложной информации, псевдологической аргументации, воздействующей на эмоциональный уровень когниции, манипулятивных технологий, основанных на действии когнитивных механизмов спин-докторинга, фокусирования, фреймирования и тому подобного, дискурсивных стратегий дискредитации, самопрезентации, угроз и смещении ценностей и прочего, побуждает развивать критическое мышление и уровень осознанности для самозащиты, сохранения идеологической идентификации и традиционных ценностей.

Цель данного исследования — выявить уровень понимания среднестатистического адресата медийного дискурса понятий, связанных с воздействующей силой дискурса. Исследование является попыткой ответить на вопросы: насколько точно обычный пользователь массмедиа может определить, каким образом конструируется воздействие на него, какие инструменты используются для этого; знает ли адресат о силах дискурса и их дифференциации?

Гипотезой послужило предположение, что среднестатистический адресат медийного дискурса, который не является узким специалистом в области лингвистики, коммуникации, политологии, философии и/или международных отношений, в целом способен дифференцировать воздействующие силы дискурса, определяя вектор силы воздействия: мягкость — жесткость — умность.

Представим исходные положения нашей гипотезы.

Во-первых, медийный дискурс обладает огромным потенциалом воздействия на адресата. Имея в своем распоряжении постоянно развивающиеся технические средства и каналы распространения, разнообразное сочетание семиотических кодов, творческий адресант (и/или заказчик), не ограничивающий свои воображение и фантазию, способен максимально использовать дискурсивные, когнитивные и коммуникативные средства, чтобы оптимизировать коммуникативный процесс для достижения перлокутивного эффекта [Остин 1986].

Во-вторых, медиатизация управляет процессами осмысления и оценивания [Гуреева 2016; Федотова 2022; Macpherson 2022]. Профессионально сконструированный дискурс способен суггестивно воздействовать на когнитивную систему адресата, привлекая внимание к объекту дискурса, вовлекая в общение, направляя, фокусируя внимание к заданным аспектам объекта, фреймируя ситуации и события, управляя смыслом и оценкой.

В-третьих, дискурс может быть сконструирован гибко, в зависимости от характеристик и потребностей адресата, взаимоотношений, социальных позиций адресанта и адресата, цели коммуникации и пр. С учетом необходимой настройки коммуникативного процесса адресант выбирает силу дискурса.

В лингвистике влияние сил выявляется посредством вербализации механизмов мышления, действие которых, в свою очередь, складывается из комплекса разнообразных тактик, стратегий, риторических фигур, композиционных, стилистических, интонационных и других средств. После выявления и фиксации лингвокогнитивных средств сил дискурса анализ проводится с применением когнитивных, лингвистических и социологических методов, посредством интерпретации, инференции (формирования выводов) на основе пресуппозиций и импликаций эмпирического материала.

История вопроса

Исследованием сил дискурса занимаются как российские ученые [Борисова 2016; Кожемякин 2014; Русакова 2010; Русакова 2013; Русакова, Жакьянова 2022; Чернявская 2006; Чернявская 2009], так и зарубежные [Дейк 2013; Nye 2004; Nye 2008; Nye 2018; Foucault 1979; Fairclough 1989; Reisigl, Wodak 2005; Sik Hung Ng, Fei Deng 2016]. Сила понимается как качество дискурса, заключается в точной, гибкой настройке траектории взаимодействия для достижения эффективности, определяет возможности и средства воздействия/взаимодействия с адресатом, которые имеют значимость для контроля общественного сознания. В целом воздействие мы рассматриваем как «влияние на человека как представителя той или иной общности, группы, которое осуществляется целенаправленным выбором средств воздействия — авторитетом, манипуляциями, аргументацией, силой» [Карасик 2002].

В 1990 г. была опубликована статья Джозефа Ная о мягкой силе США [Nye 1990]. В 2004 г. вышла его книга о мягкой и жесткой силах [Nye 2004], а еще через четыре года книга об умной силе [Nye 2008]. После того как в 2017 г. Кристофер Уокер и Джессика Людвиг [Walker, Ludwig 2017] ввели термин «острая сила» (*англ. sharp power*) в отчете Национального фонда демократии США, в 2018 г. вышла новая статья Ная, в которой он противопоставил острую силу мягкой [Nye 2018]. Постепенно теория сил развивается, разными учеными выделяются другие виды сил, но основной акцент ставится на действие сил в международных политических отношениях. Подробнее эволюцию концепта сил можно проследить в статьях О. Ф. Русаковой, О. М. Жакьяновой [Русакова, Жакьянова 2022] и А. О. Наумова, М. В. Белоусовой [Наумов, Белоусова 2022]. Для нашего лингвистического исследования были отобраны только три силы дискурса как основные, наиболее разные по целеполаганию и воздействию: мягкая, жесткая и умная, которые представлены далее по-отдельности с позиции действия сил в дискурсе и коммуникации.

Мягкая сила определяется как дискурсивно-когнитивная структура воздействия, с помощью которой адресант управляет коммуникацией посредством распространения собственной авторитетной позиции, взаимного уважения и принятия. Создается позитивный, вежливый, диалогический режим общения; озвучивается согласие с высказываемой позицией адресата; рациональная, логическая аргументация способствует преодолению когнитивных фильтров, благо-

даря чему происходит приспособление к когнитивной системе целевого адресата в соответствии с его идеологической позицией, ценностными ориентирами. Создаются благоприятные условия для коммуникации, чтобы адресат добровольно хотел участвовать в коммуникации, что способствует достижению желаемых результатов.

Жесткая сила определяется как дискурсивно-когнитивная структура воздействия, с помощью которой адресант управляет коммуникацией посредством установления категорического доминирования и принуждения. Создается монологический однонаправленный режим коммуникации, в котором отвергаются или даже запрещаются иные точки зрения и альтернативы. Соппротивление целевого адресата преодолевается посредством усиления субъектной модальности в эмоциональной и рациональной аргументации сообщения. Эксплуатируется и развивается склонность адресата к подчинению на основе манипуляции, тактик запугивания, разоблачения, обвинения, оскорбления, угроз, шантажа и т. п.

Умная сила определяется как дискурсивно-когнитивная структура воздействия, с помощью которой адресант управляет коммуникацией на основе дискурса реагирования, взаимодействия с адресатом по принципу обратной связи. Все сообщения согласовываются с ожиданиями адресата, его идентификационными и ценностными ориентирами. Моделируется искусственная позитивная альтернативность посредством описания нескольких вариантов решения. Наилучшее «правильное» решение называется ненавязчиво, «между строк», но таким образом, чтобы адресат мог принять такое решение за свое собственное и выбрать именно его в полной уверенности, что это он сам принял такое решение. Другими словами, адресат суггестивно подводится к «единственно верному решению», запланированному адресантом. Явного давления на адресата нет, открыто указания к действию не даются, но используются пресуппозиции, имплицатуры и намеки, которые суггестивно направляют внимание адресата и подталкивают его к принятию решения. Могут задействоваться аргументы интеллектуальной ценности и суггестивные факторы вне рациональной рефлексии, воздействующие на эмоции.

Дифференциация сил дискурса позволяет уточнить степень воздействующего потенциала медийного дискурса, опираясь на такие параметры, как:

- 1) позиция адресанта (социально-статусная, коммуникативная, дискурсивная);
- 2) значимость контекста (учитывается лингвистический, ситуативный, социокультурный контексты, в сфере взаимоотношений на индивидуальном, коллективном, международном уровнях, в аспекте межкультурной коммуникации);
- 3) ожидания адресата, его ценностные ориентации, идеологическая позиция, потребности и желания;
- 4) качество взаимоотношений адресанта и адресата (близкие — дальние, неформальные — формальные, доверительные — доминирующие, институциональные — бытовые, сотрудничество — соперничество — подчинение и т. д.);
- 5) аттрактивность ситуации и сообщения, т.е. способность дискурса становиться носителем доминантного смысла по своей форме/содержанию, способность упорядочить ситуацию когнитивной неопределенности, воздействовать на когнитивный уровень мышления, активизировать модализацию и порождать такие когнитивно-психологические процессы, как интерес, внимание, эмпатию в перспективе

изменения отношения или поведения человека в дискурсивизации [Серебренникова 2013: 16–17];

б) модализация сообщения как передача интенционального состояния, репрезентация убеждений, мотивов, эмоций, оценок адресанта, стремление передать их адресату. Фокусирование внимания на определенных аспектах объекта. Смещение аксиологичности, формирование мнения, эмоций, оценки и ценностного отношения адресата. Модализация «фокусирует взгляд на мир, определяет смысл информирования, формирует ценностное содержание» [Дускаева, Краснова 2014: 53];

7) суггестивные ресурсы дискурса, которые включают синергию использования нескольких семиотических кодов, создание гармоничной структуры дискурса, смысло-ритмических модуляций, разделение дискурса на смысловые паттерны для внедрения нужного смысла, метафорические конструкции, воздействующие на воображение для создания нужных образов, пресуппозиции, имплицатуры, манипулятивные приемы, приемы нейролингвистического программирования (НЛП) и пр.

Описание методики исследования

Методами исследования определены интерпретация, инференция и лингвистический эксперимент для подтверждения теоретических выводов о градуированности силы воздействия дискурса, обоснованности разделения силы на жесткую, мягкую и умную.

Интерпретация, вслед за В. З. Демьянковым [Демьянков 1989; 2001] и О. Р. Валуйской [Валуйская 2012], рассматривается как когнитивный инструмент преобразования смысла с внешнего уровня восприятия на внутренний уровень понимания и переработки информации с учетом опыта интерпретатора. Отмечено, что процесс интерпретации взаимосвязан с такими когнитивными процессами, как категоризация, концептуализация, оценивание с позиций собственного опыта овладения ими и понимания в рамках своей индивидуальной концептуальной системы [Болдырев, Ефименко 2022: 357–358]. Уточним, что интерпретация отличается от инференции характером обработки информации: для инференции требуется большая осознанность и более развитое критическое мышление.

Инференция подразумевает способность реципиента получить смысл из данной информации, рассматривается как когнитивная операция по извлечению смысла и сам выводной смысл. «Получение выводных данных в процессе обработки информации и/или языка и само выводное знание, умозаключение, — одна из важнейших когнитивных операций человеческого мышления, в ходе которой, опираясь на непосредственно содержащиеся в тексте сведения, человек выходит за пределы данного и получает новую информацию» [Кубрякова 2004: 33].

Научный эксперимент, проводимый в форме онлайн-анкетирования, позволяет искусственно вызвать явление, подлежащее изучению, с тем чтобы, наблюдая за этим явлением, более глубоко и полно его познать [Шахнарович 2011: 191]. Полагая, что всякое обращение к «языковому сознанию», лингвистическая «интроспекция» есть разновидность лингвистического эксперимента [Шахнарович 2011: 195], считаем валидным такое изучение.

Определения и параметры каждой силы дискурса предъявлялись респондентам в первом разделе анкеты как предварительная информация, расположенная до заданий, для понимания разницы между силами были проведены беседы по теме исследования, во время которых респонденты задавали уточняющие вопросы.

Анализ материала

В начале исследования были теоретически выделены, обоснованы и разделены силы дискурса (что нашло отражение в нескольких публикациях автора [Якоба 2018; Якоба 2019]), затем подобраны примеры из медийного дискурса на каждую силу, далее составлен опросник в Google-форме для онлайн-анкетирования, состоящий из 18 вопросов. В период с февраля 2020 по февраль 2023 г. проводилось разведывательное (пилотажное) исследование в виде онлайн-анкетирования в Google-форме¹. Жителям Иркутской области рассылались приглашения для участия в опросе, собранные результаты были проанализированы и оценены, подведены итоги и представлены перспективы для дальнейшей работы по уточнению и расширению границы исследования.

Цель анкетирования — выявить уровень понимания и практического применения терминов *умная, мягкая и жесткая силы* разноплановым адресатом. В опросе приняли участие 80 человек разного уровня образования, социального статуса, возраста и пола, проживающие в г. Иркутске и Иркутской области. Такое количество респондентов вполне достаточно для поставленной цели. Тип выборки определен как простой, случайный. Выборка репрезентативная, так как есть представители разных подгрупп: учащиеся, студенты, работающие, пенсионеры и безработные. Многочисленными подгруппами оказались студенты (67,5%) и работающие (26,3%). Респонденты среднего возраста (20–39 лет) составили 46,3% от общего количества опрошенных.

Анкета состояла из введения, классификации сил дискурса, подробно представляющей различия между умной, мягкой и жесткой силами, 15 примеров сил из медийного дискурса (на русском и английском языках), 3 вопросов, касающихся личных данных. После заполнения анкеты респондентам открывались правильные ответы для рефлексии и самопроверки.

В разных подвидах медийного дискурса приводилось по 5 примеров каждой силы. Примеры были отобраны с учетом частотности появления идеи в медийном дискурсе, образности, аттрактивности и эмоциональности ее выражения, также учитывалось наличие необходимой смысловой составляющей. Указанные параметры соответствуют основным требованиям к отбору материала. После выполнения заданий результаты обсуждались с респондентами: выявлялись вопросы, сложные для понимания, уточнялись задания, анализировались правильные и неправильные ответы.

В результате анкетирования были получены следующие статистические данные. Две трети респондентов правильно определили силу дискурса. Из 15 основных вопросов примеры № 3, 10, 11, 12 и 15 набрали максимальное количество правильных ответов (55–80%), что указывает на их однозначную интерпретацию. В ходе

¹ Ссылка на онлайн-анкетирование в Google-форме: <https://forms.gle/mbSbUX4fZF5x2DJA9>.

анализа материала для уточнения правильных ответов в скобках после примеров были указаны аббревиатуры дискурсивных сил: ЖС (жесткая сила), МС (мягкая сила), УС (умная сила).

Один из примеров взят из новостного аналитического обзора социального дискурса: (№ 3) *Какие выводы я бы сделал из случившегося? Самый главный состоит в том, что паники очень вредны. В Китае ввели строгий карантин более чем для 50 млн человек и ограниченный — почти для половины населения. Экономике нанесен намного больший удар, чем сейчас принято говорить. В феврале авиатранспортировки снизились на 70%, продажи автомобилей — на 92%. Закрыты миллионы бизнесов, многие отрасли пребывают в оцепенении (УС)*². Данный пример однозначно указывает на действие умной силы, так как инициируется риторическим вопросом, что позволяет привлечь внимание и активизировать мышление адресата, содержит и логическую аргументацию (приведение точных цифр и процентов), и эмоциональную (визуализация негативных событий, использование конверсивов). Два следующих примера выражены политическими лозунгами: (№ 10) *Голосуй или проиграешь!* (ЖС)³; (№ 11) *Одна страна, один народ, один фюрер!* (ЖС)⁴. На жесткость лозунгов указывает их мононаправленность, бескомпромиссность, отсутствие альтернатив приемлемого пути решения. Четвертый пример является социально-политическим демотиватором: (№ 12) *Если ты хочешь жить в России — собери вещи и уезжай туда!* (ЖС). Псевдовыбор, встроенный в условное предложение, категорично моделирует будущее, поясняя позицию негативно настроенного адресанта. Пятый пример является рекламным слоганом: (№ 15) *Россия — щедрая душа!* (МС)⁵. Выраженный репрезентативом, констатирующим факт, вмещает импликацию о щедрости адресанта и качестве рекламируемого продукта.

Примеры № 1, 5, 8, 9 и 13 в среднем набрали меньше 39% правильных ответов, что указывает на их сложность и неоднозначность. Сложными для дифференциации сил дискурса оказались вопросы, связанные с разными темами. Два вопроса касались ситуации-аттрактора о коронавирусе: (№ 1) *По состоянию на утро 27 февраля, распространение коронавирусной инфекции COVID19 затронуло 48 стран мира, следует из статистики гонконгской газеты South China Morning Post (УС)*⁶. Данный пример многими был отнесен к жесткой силе (41,3%), возможно, из-за устрашающей визуализации, перечисления точных цифр жертв, растущего количества стран распространения инфекции. Аргументация точными данными вызывает большее доверие, апеллируя к логике и рациональному мышлению. Правильный ответ дали 38,8%.

² Иноземцев*, В. (2020). Каждая жертва коронавируса обходится в \$100 млн. Мир не переборщил с паникой? *Комсомольская правда*. Электронный ресурс <https://www.irk.kp.ru/daily/27097/4170466/>.

³ Какие политехнологии использовал Ельцин в компании «Голосуй или проиграешь» (2019). *Пикабу*. Электронный ресурс https://pikabu.ru/story/kakie_polittekhnologii_ispolzovai_eltsin_v_kompanii_golosuy_ili_proigraesh_6506364.

⁴ Назарбаев пошел по стопам Геббельса: один народ, одна страна, один фюрер (2013). *ИноСМИ.RU*. Электронный ресурс <https://inosmi.ru/sngbaltia/20130226/206374416.html>.

⁵ Россия — Щедрая Душа! (2021). *Нестле Россия*. Электронный ресурс <https://www.ruchoco.ru/>.

⁶ Коронавирус распространился в 48 странах мира. Умерли более 2800 человек (2020). *Фэшин Пресс*. Электронный ресурс <https://www.pravilamag.ru/news/society-news/27-02-2020/159453-koronavirus-rasprostranilsya-po-vsem-kontinentam-krome-antarktidy-ot-nego-umerli-bole-2800-chelovek/>.

* Признан на территории РФ иноагентом.

(№ 5) Глава Института им. Роберта Коха в Германии проф. Лотар Вилер заявил, что носить маски имеет смысл только тем, кто уже заразился коронавирусом, а не тем, кто боится его «подхватить». «Если вы сами заболели и носите такую маску, то, если вы кашляете или чихаете, вирус не может распространиться далеко, это понятно», — сказал он. Однако, по словам профессора, «нет свидетельства того», что ежедневное использование маски помогает избежать заражения коронавирусом. (МС)⁷. Данный пример 51,2% респондентов отнесли к умной силе, хотя указание на экспертов и авторитетные источники, позволяет утверждать, что так действует мягкая сила.

Следующий пример из религиозного дискурса⁸ оказался наиболее интересным большинству респондентов: (№ 8) *Кто имеет уши, да услышит!* (МС). Респонденты объясняли свой интерес к данному примеру его непреходящей актуальностью и пользой в любых жизненных обстоятельствах. В то же время чаще всего респонденты именно этот вопрос ошибочно относили к проявлению умной силы (42,5%), возможно, потому что считывали призыв и импликацию о недоступности знаний для всех. В данном случае мы определяем превалирование мягкой силы, потому что Иисус не убеждал рационально и эмоционально в своей правоте, не навязывал свои идеи людям, а предлагал свое видение мира в притчах, которые были представлены символично. Хотя символичность притч затрудняла их декодирование и интерпретацию широким кругом адресатов, это не означает, что данное высказывание сконструировано умно и направлено только на умного адресата. Узкая направленность притч на мыслящего адресата, способного передавать их и объяснять, указывает на способность добиваться желаемых результатов на основе добровольного участия адресата, что характеризует мягкую силу.

Один из примеров представляет высказывание-призыв российского политика к необходимости думать о внутренних делах своей страны, а не бездумно помогать другим: (№ 9) *Не нужно быть слишком добрыми! Давайте свои памятники восстанавливать!* (УС)⁹. К действию жесткой силы данный вопрос ошибочно отнесли 47,5% респондентов, к умной силе — 33,8%. Вероятно, данная ошибка основана на общем впечатлении от данного политика (речь идет о В. В. Жириновском), который всегда жестко позиционировал свою точку зрения. Второе предложение содержит призыв к совместным действиям, что указывает на действие умной силы.

Еще одно высказывание, вызвавшее затруднения в дифференциации, принадлежит американскому президенту, призывающему построить стену между США и Мексикой: (№ 13) *Build the wall and crime will fall!* (Постройте стену, и преступность снизится!) (УС) (запись в аккаунте Д. Трампа в Твиттере от 24.01.2019). К действию жесткой силы данный вопрос ошибочно отнесли 60% респондентов, к умной силе — 30%. Такой выбор может быть обусловлен жесткостью призыва в первой части предложения, выраженного директивом. Во второй части следует объяснение, зачем это делать: чтобы снизить преступность. Следовательно, логи-

⁷ Немецкий эксперт предупредил, что маска не спасет от коронавируса (2020). *Интерфакс*. Электронный ресурс <https://www.interfax.ru/world/696899>.

⁸ Евангелие: Мф. 13:323. *Русская Православная церковь*. Электронный ресурс <http://www.patriarchia.ru/bible/mf/13/>.

⁹ «Забыли, что они Москву в 1812-м сожгли?»: Жириновский призвал не помогать в восстановлении Нотр-Дам-Де-Пари (2019). *БизнесОнлайн*. Электронный ресурс <https://www.business-gazeta.ru/news/421151>.

ческое объяснение предлагаемого пути решения проблемы (снижения преступности) указывает на действие умной силы.

Рассмотрим примеры № 2, 4, 6, 7 и 14, которые дифференцированы правильно, но количество верных и неверных ответов приблизительно одинаково, так как синергия и интерференция некоторых показателей привели к неверным выводам. Пример № 2 правильно дифференцировали 50 % респондентов. Перефразирование пословицы является действенным приемом активации интеллекта, чтобы привлечь внимание к проблеме: **Не так страшна эпидемия, как всеобщий карантин. Каждая жертва коронавируса обходится в \$100 млн. Мир не переборщил с паникой?** (УС)¹⁰. Заголовок в форме риторического вопроса, указание огромного числового значения не просто являются психологическими триггерами [Ухова 2018: 76], но и фокусируют внимание на финансовом аспекте вопроса, сдвигая внимание с бинарных концептуальных оппозиций *здоровье/болезнь* и *опасность/безопасность* на стоимость лечения заболевших и затраты, которые придется нести всем.

В следующем примере жесткая сила проявляется посредством модальности долженствования, повторяющейся трижды модальным оператором *должны*: (№ 4) *Мы **должны** сосредоточить внимание на сдерживании инфекции, одновременно принимая все возможные меры для приготовления к потенциальной пандемии. **Вопервых**, все страны **должны** отдать приоритет защите работников здравоохранения. **Во-вторых**, мы **должны** привлекать общины к защите людей, которые наиболее подвержены риску серьезных заболеваний, в частности пожилых людей и людей с сопутствующими заболеваниями. И, **в-третьих**, мы **должны** защитить страны, которые являются наиболее уязвимыми, сделав все возможное для сдерживания эпидемии в странах, которые в состоянии это сделать* (ЖС)¹¹. Правильно ответили 37,5 % респондентов. Сила коммуникативной позиции адресанта позволяет жестко конструировать дискурс, прямо указывая на необходимые действия адресату. Перечисление действий логически структурируется в три пункта. Использование инклюзивного дейктика *мы* позволяет смещать внимание с руководящих должностей на широкие массы населения. Такое объединение с адресатом немного снижает категоричность высказывания, что послужило основой для ошибочной интерпретации примера некоторыми респондентами (41,3 %). В то же время директивность высказывания позволяет отнести данный пример к действию жесткой силы.

Другой пример выражает действие мягкой силы (40 %): (№ 6) *Новый вид вируса 2019нсоV был зафиксирован в **декабре** прошлого года в **Китае** в городе **Ухань** и адаптировался для передачи между людьми. **По мнению ученых, коронавирус опасен тем, что вызывает быстрое развитие пневмонии*** (МС)¹². Описание развития событий, информирование и выражение мнения ученых указывает на действие мягкой силы. Однако локативно-хронологическая детализация, использование ме-

¹⁰ Иноземцев*, В. (2020). Каждая жертва коронавируса обходится в \$100 млн. Мир не переборщил с паникой? *Комсомольская правда*. Электронный ресурс <https://www.irk.kp.ru/daily/27097/4170466/>.

¹¹ Вступительное слово Генерального директора ВОЗ на пресс-брифинге по вспышке COVID19 (2020). *Всемирная организация здравоохранения*. Электронный ресурс <https://www.who.int/ru/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---20-november-2020>.

¹² Коронавирус у людей (2020). *Комсомольская правда*. Электронный ресурс <https://www.kp.ru/putevoditel/zdorove/koronavirusulyudej/>.

* Признан на территории РФ иноагентом.

дицинских терминов смутили 31,3 % респондентов, которые отнесли этот пример к действию умной силы.

Действие жесткой силы, набравшей 45 % правильных ответов респондентов, демонстрирует еще один пример: (№ 7) **В связи с угрозой распространения нового коронавируса соблюдайте меры предосторожности в поездках: уточняйте** эпидемиологическую обстановку при планировании путешествия; **используйте** маски для защиты органов дыхания; **пейте только** бутилированную воду, **ешьте только** термически обработанную пищу; **мойте** руки перед едой и после посещения многолюдных мест (ЖС)¹³. Директивные указания действий во время нестандартной ситуации, выраженные шестикратно глаголами в повелительном наклонении, смягчены вводной конструкцией, что послужило определением силы как умной среди 40 % респондентов. При этом адverbиальное уточнение *только* дважды ограничивает разрешенные действия. В целом множественная категоричность высказывания служит основанием для отнесения примера к действию жесткой силы.

В другом примере демонстрируется действие мягкой силы, получившей 42,5 % правильных ответов респондентов: (№ 14) *It's time for greatness!* (Пришло время для величия!) (МС)¹⁴. Восклицательная конструкция, выраженная кратко, призвана вдохновлять адресата, направлять поток мыслей в направлении возможности осуществления идей каждого из них. Авторство выражения приписывается одному из президентов США, но получило широкое распространение и часто используется как афоризм, а в настоящее время — многими ораторами как призыв. Видимо, поэтому данная фраза была оценена 42,5 % респондентов как действие умной силы.

Результаты исследования

Результаты теоретического и практического исследования сил дискурса, проведенного онлайн-анкетирования и его интерпретации в аспекте инференции позволяют прийти к следующим выводам.

1. Необходимость разделения дискурсивных сил воздействия по степени *мягкости — жесткости — умности* на адресата обосновывается усилением интеллектуального потенциала медийного дискурса «умно» влиять на адресата, целенаправленно конструируя дискурс по заданным параметрам в зависимости от интенций и задач адресанта и заказчика дискурса.

2. Синергичное действие сил дискурса, их взаимовлияние затрудняют точную дифференциацию сил, однако одновременное использование нескольких сил, например умной и мягкой или умной и жесткой, позволяет усилить воздействующий потенциал дискурса, оказывая воздействие на большее количество потенциальных адресатов, активируя у них разные лингвокогнитивные механизмы, глубоко проникающие в подсознание, обходя психологические барьеры и фильтры восприятия. Следовательно, возникает потребность более детального развития компетенции критического мышления, что способствует осознанному восприятию, анализу

¹³ Профилактика коронавируса (2020). *Роспотребнадзор*. Электронный ресурс https://www.rosпотребнадзор.ru/about/info/news_time/news_details.php?ELEMENT_ID=13566.

¹⁴ The winning slogan from every US presidential campaign since 1948 (2019). *Insider*. Электронный ресурс <https://www.businessinsider.com/every-winning-slogan-from-us-presidential-campaigns-1948-2016-2019-5>.

и интерпретации разнообразной информации, поступающей по разным каналам непрерывно.

3. Дискурс реагирования, обратная связь с потенциальным адресатом позволяют уточнить набор параметров, необходимых для более точной и однозначной дифференциации дискурсивных сил, способных оказывать действие в современном медийном пространстве.

Выводы

Предложенная гипотеза о способности среднестатистического адресата медийного дискурса дифференцировать воздействующие силы дискурса, определяя вектор силы воздействия, подтвердилась в результате исследования. Таким образом, проведенное теоретическое и эмпирическое исследование вносит определенный вклад в развитие теории дискурса, критического анализа дискурса, концепций сил воздействия. Перспективным видится расширение практического материала с привлечением данных других языков и видов дискурса. В дальнейшем исследовании планируется изучение интерактивных методов обучения противодействию социокультурным угрозам на основе выбора подходящих дискурсивных сил в зависимости от состава и мотивации малых и больших социальных сообществ.

Привлечение внимания к социально-значимым проблемам общества, предложение решения их проблем, управление реакцией адресата становится возможным в том числе посредством использования умной, жесткой и мягкой сил дискурса, особенно в медийном дискурсе.

Литература

- Болдырев, Н. Н., Ефименко, Т. Н. (2022). Вторичная интерпретация научного знания в дискурсе СМИ. *Медиалингвистика*, 9 (4), 355–368.
- Борисова, Е. Г. (Ред.) (2016). *Soft power, мягкая сила, мягкая власть. Междисциплинарный анализ*. Москва: Флинта; Наука.
- Валуйская, О. Р. (2012). Интерпретативность как потенциальное свойство текста. *Вестник Волгogr. гос. ун-та*, 2 (16), 210–215.
- Гуреева, А. Н. (2016). Теоретическое понимание медиатизации в условиях цифровой среды. *Вестник Московского ун-та*, 6, 192–208.
- Дейк, Т. А. ван (2013). *Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации*. Москва: Либроком.
- Демьянков, В. З. (1989). *Интерпретация, понимание и лингвистические аспекты их моделирования на ЭВМ*. Москва: Изд-во МГУ.
- Демьянков, В. З. (2001). Понятие «интерпретация» в интеграции наук о человеке. В *Человек. Язык. Искусство: материалы международной научно-практической конференции* (с. 67–68). Москва: МПГУ.
- Дускаева, Л. Р., Краснова, Т. И. (2014). Интенциональность и модализация медиатекста в контексте культуры (опыт обобщения). *Политическая лингвистика*, 3 (49), 51–57.
- Карасик, В. И. (2002). *Язык социального статуса*. Москва: Гнозис.
- Кожемякин, Е. А. (2014). «Мягкая власть» институциональных дискурсов: коммуникативное измерение. *Дискурс-ПИ*, 1 (14), 97–102.
- Кубрякова, Е. С. (2004). *Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира*. Москва: Языки славянской культуры.
- Наумов, А. О., Белоусова, М. В. (2022). Эволюция концепции «мягкой силы» Дж. Найя: от рождения идеи до наших дней. *Вестник Московского университета*, 2, 3–23.

- Остин, Дж. Л. (1986). Слово как действие. В *Новое в зарубежной лингвистике* (с. 22–131). Вып. XVII. Москва: Прогресс.
- Русакова, О. Ф. (2010). Концепт «мягкой» силы (soft power) в современной политической философии. *Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения РАН*, 10, 173–191.
- Русакова, О. Ф. (2013). «Умная сила» («smart power») как государственная стратегия. *Политический вектор-PRO. Комплексные проблемы современной политики*, 1, 87–98.
- Русакова, О. Ф., Жакьянова, А. М. (2022). Эволюция концепта «мягкой силы» в творчестве Джозефа Ная: анализ основных этапов. В А. А. Керимов (Ред.), *Культура и природа политической власти: теория и практика: сборник научных трудов* (с. 65–73). Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та.
- Серебренникова, Е. Ф. (2013). Аксиологическая параметризация социального дискурса. *Вестник Иркутского гос. лингв. ун-та*, 2 (24), 13–18.
- Серебренникова, Е. Ф., Якоба, И. А. (2021). Конструирование коммуникативного пространства посредством дискурсивных сил. *Теория языка и межкультурная коммуникация*, 2 (41). Электронный ресурс https://ari-mag.kursksu.ru/api/v1/get_pdf/4011/.
- Ухова, Л. В. (2018). «Продвигающий текст»: понятие, особенности, функции. *Верхневолжский филологический вестник*, 3, 71–82.
- Федотова, Н. А. (2022). Процесс медиатизации: подходы к пониманию. *Знак: проблемное поле медиаобразования*, 2 (44), 61–66.
- Чернявская, В. Е. (2006). *Дискурс власти и власть дискурса. Проблемы речевого воздействия*. Москва: Наука.
- Чернявская, В. Е. (2009). *Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность*. Москва: Либроком.
- Шахнарович, А. М. (2011). Лингвистический эксперимент как метод лингвистического и психолингвистического исследования. *Вопросы психолингвистики*, 13, 191–195.
- Якоба, И. А. (2018). Эффективность медийного дискурса по критерию градации сил. *Теория языка и межкультурная коммуникация*, 4 (31). Электронный ресурс <http://tl-ic.kursksu.ru/index.php?page=6&new=31>.
- Якоба, И. А. (2019). Типология дискурсивных сил посредством аксиометрии. *Вестник ВГУ*, 3, 16–23.
- Fairclough, N. L. (1989). *Language and power*. London: Longman.
- Foucault, M. (1979). *The history of sexuality: An introduction*. Vol. 1. London: Allen.
- Macpherson, I. (2022). “Media...what?” Mediatization. В P. Ballamingie, D. Szanto (Eds), *Showing Theory to Know Theory: Understanding Social Science Concepts through Illustrative Vignettes*. Showing Theory Press. Электронный ресурс <https://ecampusontario.pressbooks.pub/showingtheory/chapter/mediatization/>.
- Nye, J. (1990). Soft Power. *Foreign Policy*, 80, 153–171.
- Nye, J. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs Group.
- Nye, J. (2008). *The Powers to Lead*. Oxford University Press.
- Nye, J. (2018). How Sharp Power Threatens Soft Power. The Right and Wrong Ways to Respond to Authoritarian Influence. *Foreign Affairs*. January 24. Электронный ресурс <https://www.foreignaffairs.com/articles/china/2018-01-24/how-sharp-power-threatens-soft-power>.
- Reisigl, M., Wodak, R. (2005). *Discourse and discrimination: Rhetorics of racism and antisemitism*. London: Routledge.
- Sik Hung Ng, Fei Deng (2016). Language and Power. *The Oxford research encyclopedia, communication*. Электронный ресурс <https://oxfordre.com/communication/display/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-436>.
- Walker, Ch., Ludwig, J. (2017). The Meaning of Sharp Power. How Authoritarian States Project Influence. *Foreign Affairs*. November 16. Электронный ресурс <https://www.foreignaffairs.com/articles/china/2017-11-16/meaning-sharp-power>.

Статья поступила в редакцию 3 сентября 2022 г.;
рекомендована к печати 5 марта 2023 г.

Контактная информация:

Якоба Ирина Александровна — д-р филол. наук, канд. социол. наук, доц.; irina_yakoba@mail.ru

Soft, hard and smart powers differentiating in the media discourse: An experimental research

I. A. Iakoba

Irkutsk Technical University,
83, ul. Lermontova, Irkutsk, 664074, Russian Federation
Irkutsk State University,
6, ul. Ulan-Batorskaya, Irkutsk, 664082, Russian Federation

For citation: Iakoba I. A. (2023). Soft, hard and smart powers differentiating in the media discourse: An experimental research. *Media Linguistics*, 10 (2), 265–279. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.208> (In Russian)

The powers of discourse in the modern media Internet space are presented and differentiated on the examples of social, political, religious types of discourse. The methods used are interpretation, inference and linguistic experiment. The purpose of the study is to analyze the media addressee's understanding of the smart, soft and hard powers of discourse. An online questionnaire was presented and tested in the Google-form to identify the degree of understanding of the terms and their practical application by a diverse addressee. In the course of the research, the hypothesis of the ability of a non-highly specialized addressee to differentiate the influencing powers of discourse was confirmed. The differentiation of the discourse powers is confirmed by $\frac{2}{3}$ of the respondents who correctly identified the powers given as written examples. The strength of each example is justified by the proposed parameters. The research justifies the need for the discourse powers separation in connection with the strengthening of the intellectual potential of the media discourse to influence “smartly” on the addressee by purposefully constructing the discourse according to the given parameters. Response discourse, feedback with a potential addressee allows us to clarify the set of parameters necessary for a more accurate and unambiguous differentiation of discourse powers that can exert an effect in modern media space. Scientific novelty consists in conducting a linguistic sociological experiment, which allows you to understand better the effect of the discourse powers and their interpretation by the addressee. For the first time, a differentiating characteristic of the powers of discourse for communication control is given. For the first time, examples of powers from the social, political, religious types of discourse are analyzed and compared. A promising area of research on the potential of media discourse is to attract different types of discourse on the material of different languages.

Keywords: discourse soft power, discourse hard power, discourse smart power, media discourse.

References

- Austin, J. L. (1986). Word as action. In *Novoe v zarubezhnoi lingvistike* (pp. 22–131). Vol. XVII. Moscow: Progress Publ. (In Russian)
- Boldyrev, N. N., Efimenko, T. N. (2022). Secondary interpretation of scientific knowledge in mass media discourse. *Media Linguistics*, 9 (4), 355–368. (In Russian)
- Borisova, E. G. (Ed.) (2015). *Soft power, soft power, soft power. Interdisciplinary analysis*. Moscow: Flinta Publ.; Nauka Publ. (In Russian)
- Cherniavskaia, V. E. (2006). *The discourse of power and the power of discourse. Speech Impact problems*. Moscow: Librokom Publ. (In Russian)
- Cherniavskaia, V. E. (2009). *Linguistics of the text: Multimodality, intertextuality, interdiscursiveness*. Moscow: Nauka Publ. (In Russian)
- Deik, T. A. van (2013). *Discourse and power. Representation of dominance in language and communication*. Moscow: Librokom Publ. (In Russian)
- Dem'iankov, V. Z. (1989). *Interpretation, understanding and linguistic aspects of their computer modeling*. Moscow: Moscow State University Publ. (In Russian)

- Dem'iankov, V.Z. (2001). The concept of "interpretation" in the integration of human sciences. In *Chelovek. Iazyk. Iskusstvo: materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* (pp. 67–68). Moscow: MPGU Publ. (In Russian)
- Duskaeva, L. R., Krasnova, T.I. (2014). Intentionality and modulation of media text in the context of culture (generalization experience). *Politicheskaja lingvistika*, 3 (49), 51–57. (In Russian)
- Fairclough, N. L. (1989). *Language and power*. London: Longman.
- Fedotova, N. A. (2022). The Mediatization Process: Approaches to Understanding. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniia*, 2 (44), 61–66. (In Russian)
- Foucault, M. (1979). *The history of sexuality: An introduction*. Vol. 1. London: Allen.
- Gureeva, A. N. (2016). Theoretical understanding of mediatization in the digital environment. *Vestnik Moskovskogo universiteta*, 6, 192–208. (In Russian)
- Iakoba, I. A. (2018). The effectiveness of media discourse according to the criterion of power gradation. *Teoriia iazyka i mezhkul'turnaia komunikatsiia*, 4 (31). Retrieved from <http://tl-ic.kursksu.ru/index.php?page=6&new=31>. (In Russian)
- Iakoba, I. A. (2019). A typology of discursive powers through axiometry. *Vestnik VGU*, 3, 16–23. Retrieved from http://www.vestnik.vsu.ru/content/lingvo/2019/03/toc_ru.asp. (In Russian)
- Karasik, V. I. (2002). *Language of social status*. Moscow: Gnozis Publ. (In Russian)
- Kozhemiakin, E. A. (2014). The Soft Power of Institutional Discourses: A Communicative Dimension. *Diskurs-PI*, 1 (14), 97–102. (In Russian)
- Kubriakova, E. S. (2004). *Language and knowledge: On the way to gaining knowledge about language: Parts of speech from a cognitive point of view. The role of language in the knowledge of the world*. Moscow: Iazyki slavianskoi kul'tury Publ. (In Russian)
- Macpherson, I. (2022). "Media...what?" Mediatization. In P. Ballamangie, D. Szanto (Eds), *Showing Theory to Know Theory: Understanding Social Science Concepts through Illustrative Vignettes*. Showing Theory Press. Retrieved from <https://ecampusontario.pressbooks.pub/showingtheory/chapter/mediatization/>.
- Naumov, A. O., Belousova, M. V. (2022). The evolution of the concept of "soft power" by J. Nye: from the birth of an idea to the present day. *Vestnik Moskovskogo universiteta*, 2, 3–23. (In Russian)
- Nye, J. (1990). Soft Power. *Foreign Policy*, 80, 153–171.
- Nye, J. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs Group.
- Nye, J. (2008). *The Powers to Lead*. Oxford University Press.
- Nye, J. (2018). How Sharp Power Threatens Soft Power. The Right and Wrong Ways to Respond to Authoritarian Influence. *Foreign Affairs*. January 24. Retrieved from <https://www.foreignaffairs.com/articles/china/2018-01-24/how-sharp-power-threatens-soft-power>.
- Reisigl, M., Wodak, R. (2005). *Discourse and discrimination: Rhetorics of racism and antisemitism*. London: Routledge.
- Rusakova, O. F. (2013). "Smart power" as a state strategy. *Politicheskii vektor-PRO. Kompleksnye problemy sovremennoi politiki*, 1, 87–98. (In Russian)
- Rusakova, O. F. (2010). The concept of "soft power" in modern political philosophy. *Nauchnyi ezhegodnik Instituta filosofii i prava Ural'skogo otdeleniia RAN*, 10, 173–191. (In Russian)
- Rusakova, O. F., Zhak'ianova, A. M. (2022). The evolution of the concept of "soft power" in the work of Joseph Nye: an analysis of the main stages. In A. A. Kerimov (Ed.), *Kul'tura i priroda politicheskoi vlasti: teoriia i praktika: sbornik nauchnykh trudov* (pp. 65–73). Ekaterinburg: Ural Federal University Press. (In Russian)
- Serebrennikova, E. F. (2013). Axiological parameterization of social discourse. *Vestnik Irkutskogo gos. lingv. un-ta*, 2 (24), 13–18. (In Russian)
- Serebrennikova, E. F., Iakoba, I. A. (2021). Construction of communicative space through discursive forces. *Teoriia iazyka i mezhkul'turnaia komunikatsiia*, 2 (41). Retrieved from https://api-mag.kursksu.ru/api/v1/get_pdf/4011/. (In Russian)
- Shahnarovich, A. M. (2011). Linguistic experiment as a method of linguistic and psycholinguistic research. *Voprosy psikholingvistiki*, 13, 191–195. (In Russian)
- Sik Hung Ng, Fei Deng (2016). Language and Power. *The Oxford research encyclopedia, communication*. Retrieved from <https://oxfordre.com/communication/display/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-436>.
- Ukhova, L. V. (2018). "Promoting text": concept, features, functions. *Verkhnevolzhskii filologicheskii vestnik*, 3, 71–82. (In Russian)
- Valuiskaia, O. R. (2012). Interpretativity as a potential property of the text. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2 (16), 210–215. (In Russian)

Walker, Ch., Ludwig, J. (2017). The Meaning of Sharp Power. How Authoritarian States Project Influence. *Foreign Affairs*. November 16. Retrieved from <https://www.foreignaffairs.com/articles/china/2017-11-16/meaning-sharp-power>.

Received: September 3, 2022

Accepted: March 5, 2023

Author's information:

Irina A. Yakoba — Dr. Sci. in Philology, Associate Professor; irina_yakoba@mail.ru