

УДК 81'27

**ЭТАПЫ И ВИДЫ МАНИПУЛЯЦИИ КАК КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ
В НЕИСКРЕННЕМ ДИСКУРСЕ НА МАТЕРИАЛЕ ЖАНРА «НИГЕРИЙСКИЕ ПИСЬМА»**

В. В. Радевич

**STAGES AND TYPES OF MANIPULATION IN INSICERE DISCOURSE AS REVEALED IN
THE 'NIGERIAN LETTERS' GENRE**

V. V. Radevich

Статья посвящена анализу речевого жанра «нигерийские письма». Подробно рассматриваются этапы и виды манипуляции, используемые авторами писем в целях вымогательства денег.

This article is devoted to the analysis of the "Nigerian letters" speech genre. Stages and types of manipulation, used by the authors for blackmail, are discussed in detail.

Ключевые слова: речевой жанр, манипуляция, этапы и виды манипуляции, стратегия, тактика.

Keywords: speech genre, manipulation, stages and types of manipulation, strategy, tactics.

Цель публикации состоит в том, чтобы описать этапы и виды манипулятивного воздействия, а также речевые и языковые средства их реализации, обнаруженные нами в ходе анализа неискренного дискурса в жанре «нигерийские письма».

Объектом исследования является неискренний дискурс, как проявление такой дискурсивной стратегии языковой личности, как неискренность. С семантической точки зрения, неискренность представляет собой личностный смысл, состоящий в осознанном выражении ложных пропозиций взамен истинных [3, с. 220 – 227]

«Нигерийские письма» являются одним из самых распространённых видов Интернет-мошенничества, которому даже присвоен свой код № 419. Суть этого мошенничества состоит в том, что от имени лиц различного социального статуса и рода деятельности, проживающих в одной из африканских стран, у получателя письма просят помощи в многомиллионных денежных операциях, обещая солидные проценты с сумм. Если получатель согласится участвовать, у него постепенно выманиваются крупные суммы денег якобы на оформление сделок, уплату сборов, взятки чиновникам, а потом и штрафы.

Особенностью речевой организации жанра «нигерийские письма» является использование такой коммуникативной стратегии, как манипуляция.

«Манипуляция – это вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведёт к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями» [1, с. 59].

Г. А. Копнина выделяет следующие признаки манипуляции.

1. Манипуляция – это вид духовного, психологического воздействия, а не физическое насилие.

2. Манипуляция – это скрытое воздействие. Конечная цель манипулятора, как и сам факт манипуляции, должны быть не замечены объектом манипуляции. При этом у него (объекта) сохраняется иллюзия самостоятельности принятия решений.

3. Манипуляция – это воздействие, требующее определённых знаний и значительного мастерства.

4. К объектам манипуляции относятся не как к личности, а как к объектам.

Манипуляцию порождает ситуация, когда присутствует внешняя для коммуникации цель и отсутствует ее открытое объяснение-предложение для всех участников коммуникации. Осуществляя манипуляционную коммуникацию, ее создатели ставят целью управление ситуацией через управление поведением людей. Для манипуляционных технологий инструменты управления поведением и цель, которая ставится при таком управлении, как правило, скрыты от людей, чьим поведением управляют. Содержание сообщения (коммуникативное пространство текста) создается заранее и определенным образом «упаковывается» для того, чтобы изменить его смысловую, целевую или ценностную идентификацию адресантом.

Манипулятивное воздействие, как и любой процесс, проходит несколько этапов: 1) подготовительный; 2) аттракционный; 3) перлокутивный [4, с. 98].

Рассмотрим каждый из этапов подробнее.

К подготовительному этапу следует отнести действия связанные со сбором информации, организацией ситуации и подготовкой адресата. А также выбор или создание «мишеней психологического воздействия» – тех психических структур, на которые будет оказываться влияние со стороны инициатора воздействия и которые будут изменяться в направлении, соответствующем самой цели воздействия [1, с. 117].

Что касается «нигерийских писем», то в них образ адресата практически лишён какой-либо определённой информации. Исключение составляют так называемые «официальные письма». Их основная идея сводится к предложению ведения партнёрского бизнеса, совершения различных экономических сделок и т. д. Адреса и телефоны бизнесменов берутся из рекламных буклетов, добываются в посольствах, переписываются из справочников и телефонных книг.

В остальных случаях информация об адресате практически сводится к нулю.

Так как аудитория, на которую направлено воздействие, несоизмеримо широка, то в качестве мишеней этого воздействия мошенники используют наиболее универсальные. Воздействие строится в расчёте как на «низменные», так и на «возвышенные» влече-

ния и устремления человека. В качестве «низменных» выступает чувство жадности, стремление быстро обогатиться, т. е. получить деньги приложив минимум усилий.

(1) «*Telecoms has Awarded you GBP 1,000,000 in 2011 Anniversary draw*» (компания Телеком награждает вас...).

(2) «*Your email won the lottery... a total pay out of 1,000,000.00Euros*» (ваш электронный адрес выиграл лотерею...) [6].

В случае с «возвышенными» устремлениями, мы имеем дело с такими чувствами, как жалость, сочувствие, сопереживание, искреннее стремление помочь, желание быть нужным. В данном случае в письмах идёт речь о помощи в создании благотворительных фондов, помощи тяжело больным или умирающим людям, спасении из лагерей беженцев и т. д.

(3) «*am a 71 years old widow... celebrate 5 years as a multiple myeloma (MM) survivor... to ask for your support in establishing a similar trust fund in your country... offering you the chance to be of great effect to your community*» (...я вдова и мне 71...уже 5 лет больна миеломой...я прошу помощи в создании благотворительно фонда...я предлагаю вам возможность стать полезным вашему обществу) [6].

Аттракционный этап осуществляется посредством презентационной стратегии в сочетании с манипуляционной.

Задачей презентационной стратегии является сообщение знания. При этом коммуникационная среда, в которой происходит общение, может оставаться неизменной, а понимания авторы сообщения пытаются добиться за счет представления целостной картины мира.

Презентационная стратегия сочетается с манипуляционной стратегией, т. е. знание передается не открыто, а в «упакованном» виде. Картина мира представлена искаженно, в виде целенаправленно выбранных фрагментов, необходимых для создания того или иного эмоционального отклика. Содержание писем направлено на управление поведением людей с целью получить от них деньги, которая является скрытой от них. В свою очередь, получатели писем уверены, что это они получают деньги. Такое ощущение уверенности создаётся с помощью презентационной стратегии, которая создаёт некую отдельно существующую от действительности ситуацию.

Для установления контакта авторы используют речевую тактику присоединения, которая состоит в подчёркивании общности и выражается в обращении: «*Dear friend*», «*My good friend*», «*Dear Lucky Winner*» [6].

Чаще всего авторами используется тактика создания автобиографической легенды человека, пострадавшего от притеснения и угнетения или просто вызывающего сочувствие и желание помочь.

(4) «*I am Sodindo Malinga, the first son of Tawanda Malinga, the most popular black farmer in Zimbabwe who was murdered in the land dispute in my country... This land problem came when Zimbabwean President Mr. Robert Mugabe introduced a new Land Act Reform wholly affecting the rich white farmers and some few black farmers, and this resulted to the killing and mob*

action by Zimbabwean war veterans and some lunatics in the society. In fact a lot of people were killed because of this Land reform Act for which my father was one of the victims... It is against this background that, I and my family fled Zimbabwe for fear of our lives and are currently staying in the Netherlands where we are seeking political asylum...» (...сын чёрного фермера, который был убит...закон о земельной реформе...привёл к убийствам и насилию...много людей было убито...мой отец был одной из жертв...страх за наши жизни...ищем политического убежища...)» [5].

Одним из основных языковых средств данной тактики является эпитет. С его помощью конструируемый манипулятором образ человека отражается не только концептуально и эмоционально, но и эстетически. Свойства эпитета соотносятся с особенностями сознания, а именно с его преобразующим и интенциональным характером.

В анализируемых нами «нигерийских письмах» наблюдается использование в основном простых и составных эпитетов: «*loving couple*» (любящая пара), «*ungodly manner*» (не угодное богу поведение), «*positive potential*» (положительный потенциал), «*honest cooperation*» (честное сотрудничество), «*reputable and responsible and trust worthy person*» (ответственный, с хорошей репутацией, достойный доверия человек). Использование небольшого количества эпитетов соответствует разговорному стилю речи и не вызывает подозрений у получателя письма. Тогда как использование слитных или сложных эпитетов вызвало бы ассоциации с художественным текстом и возбудило бы подозрение о намеренном внушении и акцентуации внимания на данном аспекте проблемы.

Так, конструируя образ попавшего в беду человека, угнетённого или нуждающегося в помощи, авторы используют такие эпитеты как: «*looming danger*» (надвигающаяся опасность), «*killing and mob actions*» (массовые убийства), «*worthy Christian*» (стоящий христианин), «*selfish interests*» (эгоистичные интересы), «*brief illness*» (короткий период болезни), «*God fearing individual*» (богобоязненный человек), «*dangerous life*» (опасная жизнь), «*frightening experience*» (ужасающий опыт), тем самым вызывая у получателя письма сочувствие и жалость.

Широко используется тактика создания доверия, проявляемая в демонстрации законности сделки, реальном наличии упомянутых людей (использовались фотографии чиновников на своем рабочем месте, фальшивые удостоверения личности, выписки с банковских счетов), состоянии счёта, реальности банковских реквизитов и т. д.

(5) «*You can catch more of the story on this <http://newsfromrussia.com/main/2003/1/1/13/51215.html>*»

(6) «*Legal Adviser NatWest Bank*

NatWest Bank Plc UK.

20 Dean St London,

W1D 3RU, United Kingdom

Tel: +44 (0)702 402 889»

(7) «*Name on account: Edmond Beneker*

Bank: Wachovia

Address: 8233 Rochester Hwy. SC4600 Salem, SC 29676

USA

Acct.# : 1010246561978

Routing#:053207766
Swift Code: pnbpus76» [5].

Перлокутивный этап связан с манипулятивным воздействием на адресата с целью побуждения его к желаемому действию.

Лингвистически это выражается через глаголы повелительного наклонения: «*Send the above information...*» (пришлите информацию...), «*Try and come up*»; использование глагола усиления «*Do let me know*»; постановку временных рамок, напоминание о срочности ответа (8) «*The transaction has to be concluded in 1 week*» (операция должна быть проведена в течение одной недели), «*all winnings must be claim not later than july 27th, 2008*» (победители должны потребовать свой выигрыш не позднее 27 июля 2008 года), «*This mail need very urgent reply*» (письмо требует срочного ответа) [5].

Также авторами используется тактика разъяснения, которая не навязчиво подводит адресата к мысли о конкретных действиях.

(9) «*...money for nominating your account for this transaction. Or you can go into partnership with me for the proper profitable investment of the money in your country. Whichever the option you want, feel free to notify me*», «*If you do not prefer a partnership I am willing to give you 10 % of the money while the remaining 85 % will be for my investment in your country...*». (что бы вы не выбрали, просто поставьте меня в известность...если вы не желаете быть партнёром, я отдам вам 10 % от суммы, тогда как остальные 85 % пойдут на различные вложения в вашей стране...) [6].

Проанализируем «нигерийские письма» с точки зрения наличия в них различных видов манипуляции.

Л. Е. Доценко выделяет следующие её виды.

Манипуляция образами. Основная идея заключается в предъявлении стимулов, актуализирующих необходимую манипулятору потребность.

Речь идёт об образах актуально воспринятых или мысленно сконструированных.

В рассматриваемом нами случае, в «нигерийских письмах», мы имеем дело с образами «мысленно сконструированными», а точнее, с приёмом, основанным на непосредственном управлении воображением адресата. Так, авторы писем конструируют образ несчастного, попавшего в беду человека или богатого бизнесмена, нуждающегося в сотрудничестве или партнёрстве.

(10) «*...My Husband died after a brief illness that lasted for only four days... my Doctor told me that I would not last for the next four months...* » (мой муж умер из-за болезни, длившейся всего 4 дня... мой доктор сказал, что мне осталось не больше 4-х месяцев...).

(11) «*...I LOST MY FATHER, HE WAS A WELL KNOWN BUSINESS MAN... HE WAS POISONED BY HIS BUSINESS ASSOCIATES... NOW I'M PRESENTLY IN ABIDJAN, COTE D'IVOIRE AS REFUGEE (ASYLUM SEEKERS) IT INTEREST ME TO WRITE YOU FROM MY HEART HOPING THAT YOU WILL NOT BETRAY ME... TO ENABLE ME GET OUT OF THIS COUNTRY BEFORE HIS ENEMIES KILL ME... TREAT ME LIKE YOUR OWN CHILD...*» (я потеряла своего отца...он был известным бизнесменом...он был отравлен свои-

ми компаньонами...сейчас я нахожусь в Абиджане в качестве беженца...от всего сердца надеюсь, что вы не предадите меня...поможете выбраться из страны до того, как его враги убьют меня...обращайтесь со мной как со своим собственным ребёнком) [5].

Операционально-предметная манипуляция основывается на таких механизмах, как инерция, сила привычек, особенности распределения внимания. Авторы писем, как правило, акцентируют внимание на необходимости помощи, которую адресат может оказать: (11) «*WHAT I NEEDED FROM YOU IS YOUR GOOD ASSISTANCE IN HELPING ME*». (всё, что мне нужно, это ваше содействие) [Nigerian Scam Mail Archives]

Не подвергается сомнению тот факт, что при получении письма наше сознание автоматически фиксирует информацию, оформленную отлично от остального текста. Так происходит манипулятивное воздействие шрифтом (Шейнов, Песоцкий). С помощью увеличения объёма, жирности шрифта выделяется информация, к которой манипулятор хочет привлечь внимание адресата. В. П. Шейнов отметил, что толстый и жирный шрифт подсознательно ассоциируется с надёжностью.

Очевидно, что авторы «нигерийских писем» наиболее важной информацией в своих письмах считают суммы предлагаемых денег:

(12) «*\$3 500 000*», «*TWO MILLION DOLLARS*», «*THIRTY MILLION UNIRED STATES DOLLARS ONLY*» [6].

Поддавшись на манипуляции мошенников, жертва продолжает перечислять необходимые суммы денег, как правило, небольшого объёма («*payment of 50 usd so that you will get this loan transfer to you without any further delay*»), в силу привычки «доводить дело до конца». Начав некую работу и на полпути обнаружив, что завершение гораздо дальше, чем предполагалось, большинство людей, скорее, продолжат вкладывать усилия, чем предпочтут пренебречь вложенными усилиями [1, с. 162 – 163].

Эксплуатация личности адресата. Её сущность заключается в факте переложения ответственности за совершаемые действия на адресата, при этом создавая иллюзию свободы в принятии того или иного решения, иллюзии совершения поступка.

(13) «*...I have two options for you. Firstly you can choose to have certain percentage... Or you can go into partnership with me for the proper profitable investment ... If you do not prefer a partnership I am willing to give you 10 % of the money...* » (я предлагаю вам два варианта действий...первый...или вы можете стать моим партнёром...или...) [5].

В ходе анализа неискренного дискурса в жанре «нигерийские письма» нами были выявлены три этапа манипуляции: 1) подготовительный (сбор информации, организация ситуации и подготовка адресата, а также выбор или создание «мишеней воздействия»), 2) аттракционный (презентационная стратегия в сочетании с манипуляционной, тактика присоединения, тактика создания автобиографической легенды, тактика создания доверия), 3) перлокутивный (тактика разъяснения, лингвистические средства).

Также нами были рассмотрены такие виды манипулятивного воздействия как манипуляция образами, операционально-предметная манипуляция и эксплуатация личности адресата.

Литература

1. Доценко, Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. – М.: ЧеРо (МГУ), 2000.
2. Плотникова, С. В. Неискренний дискурс (в когнитивном и структурно-функциональном аспектах) / С. В. Плотникова. – Иркутск: Изд-во Иркутского государственного лингвистического ун-та, 2000. – 244 с.
3. Поспелова, А. Г. Косвенные коммуникативные единицы, связанные с манипулированием и мистификацией / А. Г. Поспелова, Е. Н. Шустова // Прямая и непрямая коммуникация: сб. научных статей. – Саратов: Колледж, 2003.
4. Шейнов, В. П. Скрытое управление человеком (психология манипулирования) / В. П. Шейнов. – М.: АСТ; Минск: Харвест, 2001.
5. Internet Fraud and Online Security [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.419legal.org/>
6. Nigerian Scam Mail Archives [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nigerianspam.com/>

Информация об авторе:

Радевич Валентина Владимировна – аспирантка кафедры французского языка КузГПА, преподаватель английского и французского языков, «Тринити Центр», 8-905-966-37-91, Valentina.Radevich@yandex.ru.

Radevich Valentina Vladimirovna – post-graduate student at the French Language Department of Kuzbass State Pedagogical Academy, English and French teacher at “Trinity Centre”.