

Тимур Беньюминович Радбиль

Василий Алексеевич Юматов

Ирина Юрьевна Гранева

*Россия, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского*

## Манипулятивный потенциал русских местоимений в лингвистической экспертизе спорных текстов

**Ключевые слова:** манипулятивный дискурс, судебно-лингвистическая экспертиза, русские местоимения, спорные тексты, русский язык.

**Key words:** manipulative discourse, forensic linguistic expertise, Russian pronouns, questionable texts, Russian language.

### Abstract

The paper deals with a problem of detecting linguistically significant evidence of using different pronouns in manipulative discourse for forensic linguistic expertise of questionable Russian texts. The theoretical basis of the analysis is the statement that Russian pronouns have the extensive opportunity in the sphere of conceptualization and assessing interpretation of the world and therefore show considerable potential of usage in various kinds of “manipulative communication” and “language demagogy”. As a material for the study, examples from the authors’ expert activities are given in the work.

Работа представляет коллективный проект ученых филологического и юридического факультета ННГУ им. Н.И. Лобачевского, посвященный методологии и методике лингвистического анализа единиц разных уровней языка в современной практике производства речеведческих экспертиз.

В соответствии с законодательством, при возникновении в процессе рассмотрения дела вопросов, требующих специальных знаний в различных областях науки, техники, искусства, ремесла, суд назначает экспертизу. Именно специальные знания лингвиста имеют решающее значение для доказательной базы в ряде категорий дел в случаях непрямого, «игрового» или маскировочного, т.е. манипулятивного использования возможностей языка

и речи в спорном тексте. Это востребовано прежде всего в делах по унижению чести и достоинства, по оскорблению, в делах по выявлению угрозы и других случаев речевого насилия (вымогательства, шантажа, провокации), в делах по экстремизму, а также – иногда – в делах по недобросовестной, недостоверной или противоречащей общественным интересам рекламе [Радбиль, Юматов 2015].

Исследование посвящено проблеме выявления и экспертной квалификации лингвистически значимых признаков употребления разных типов местоимений в манипулятивном дискурсе. Теоретической основой подобного подхода является положение о том, что русские местоимения характеризуются богатыми возможностями в сфере концептуализации и оценочной интерпретации действительности и поэтому имеют значительный потенциал использования в разных видах так называемой «манипулятивной коммуникации» и «языковой демагогии» [Николаева 1988].

Анализ и квалификация лингвистических признаков языкового манипулирования в области использования местоимений в нашей экспертной практике связан с двумя типами явлений:

- 1) участие местоимений в актуализации такого приема «языковой демагогии», как «игра на референциальной неоднозначности»;
- 2) манипулятивное использование оценочно-коннотативного потенциала местоимений для формирования имплицитной негативной оценочности высказывания.

**I. «Игра на референциальной неоднозначности».** Этот прием представляет собой разновидность смысловых преобразований, которые заключаются в операциях с экстенсионалом языкового выражения (т.е. в высказывании намеренно задается неразрешаемая неоднозначность интерпретации объекта или класса объектов в акте референции).

Так, например, местоимение **МЫ** может произвольно, по воле говорящего, задавать определенный круг принадлежности к «своим», «нашим» по заранее заложенному говорящим основанию, т.е. актуализовать аксиологическую оппозицию «свой – чужой» в манипулятивных целях. Это характерно для текстов медийного, политического или рекламного дискурсов. Здесь местоимения употребляются, как правило, в нереферентном употреблении, так как не предполагают обозначения реальных участников коммуникации.

Вот пример из текста обращения оппозиционной партии «ВОЛЯ»:

**Мы** против разжигания ненависти между людьми разных национальностей, Россия всегда славилась братским объединением народов. Но **мы** против незаконного бизнеса, устроенного по национальному, клановому признаку. **Мы** против политики правительства, которая создает приоритеты приезжим (будь то кавказцы, китайцы, таджики и т.п.) в ущерб жизнедеятельности коренного населения. **Мы** против любых законов – писаных и неписаных, – ведущих к обнищанию и уничтожению русского и других коренных народов России.

Опыт чернокожего населения Америки и индусов может с успехом быть применен и **нами**. Махатма Ганди, Мартин Лютер Кинг проторили **нам** дорогу. У народа нет оружия, и оно не нужно. Сила народа в том, что он – народ, массы. И эти массы должны осознать свою цель выживания и увидеть своего лидера. Разъединение – смертельно, объединение – спасение. Все как один солидарно **мы** должны демонстрировать свою волю быть единственным носителем власти, как закреплено в Конституции РФ.

Поэтому по примеру негров и индусов **мы** призываем объявить бойкот всему бизнесу, который несправедливо развернут в российских городах и селах коррупционными национальными кланами.

В делах подобного рода эксперту-лингвисту надо установить адресованность сообщения. В анализируемом фрагменте МЫ используется в ситуации неразрешаемой неоднозначности **родового нереферентного употребления** (МЫ – представители указанной партии, эксклюзивное употребление) и **универсального нереферентного употребления** (МЫ + ВЫ – весь народ, инклюзивное употребление). В первом абзаце «родовое» МЫ ограничивает зону референции только представителями данной партии, во втором абзаце, за счет использования лексем *народ, массы* и предиката *должны демонстрировать свою волю быть единственным носителем власти* – перед нами уже «универсальное» МЫ, которое расширяет зону референции до всего народа. Отсюда в третьем абзаце возникает ситуация референциальной неоднозначности, где МЫ может относиться и к группе представителей партии «ВОЛЯ», и ко всему народу в целом.

Также встречаются референциальные манипуляции, основанные на намеренном неразграничении инклюзивного и эксклюзивного МЫ ('мы с тобой / с вами' и 'мы с ним / с ней / с ними'). Этот тип манипуляции хорошо иллюстрируется старым советским анекдотом:

Генеральный Секретарь ЦК КПСС выступает с речью:

– Через двадцать лет **мы** будем жить при коммунизме!

Реплика из зала:

– А **мы**?

В экспертной практике анализ подобных приемов, как правило, связан с необходимостью выявить лингвистические признаки недобросовестной и / или некорректной рекламы. Так, в рекламном сообщении: «**Мы с вами** на своем опыте знаем, что часто **нам** приходится платить за медицинскую помощь дополнительно», – осуществляется насильственное включение потенциального адресата в круг людей, разделяющих некое мнение, которое сам адресат, может быть, и не разделяет.

Также МЫ может участвовать в порождении «ложного противопоставления», что выступает как языковой признак недостоверной рекламы. Вспомним известный в научной литературе пример: *У нас бутылки моют острым паром!*

(реклама пива Schlitz) [Ривз 2017]. – Между тем так стерилизуют все пивные бутылки всех производителей. Здесь характеристика, общая для всех членов товарной категории (но неизвестная адресатам), подается контрастно, то есть как специфическая особенность одного из членов.

Референциальный анализ местоимений в экспертной практике также используется для установления потенциальной целевой аудитории, к которой обращен рекламный текст. Так, в работе Е.А. Чубиной приводится текст рекламы магазина «Нэкс»:

Ни за что не соглашайтесь  
покупать компьютер новый,  
никому не позволяйте  
ноутбук **вам** выбирать,  
сразу в «Нэкс» зовите маму,  
сразу в «Нэкс» тащите папу,  
и тогда **вам** точно купят  
настоящий ноутбук! [Чубина 2013: 408–414].

Здесь для определения возможного нарушения той части законодательства о рекламе, которая направлена на защиту несовершеннолетних от злоупотреблений их доверием и недостатком опыта, посредством референциального анализа необходимо установить, что ВЫ в данном случае употреблено в качестве обращения к совершенно определенной целевой аудитории – детям, а не неопределенно широкому кругу всех потенциальных покупателей. Напомним, что в ст. 6 ФЗ «О рекламе» указано, что в рекламе не допускаются: побуждение несовершеннолетних к тому, чтобы они убедили родителей или других лиц ПРИОБРЕСТИ рекламируемый товар (п. 2), создание у несовершеннолетних искаженного представления о доступности товара для семьи с любым уровнем достатка (п. 3). Здесь контекст (...*сразу в «Нэкс» зовите маму, / сразу в «Нэкс» тащите папу...*) однозначно позволяет ограничить экстенционал местоимения ВЫ – имеются в виду только несовершеннолетние.

Иногда в анализируемом выражении необходимо установить конкретного референта (или его отсутствие) в случае неразрешаемой нейтрализации первичных и вторичных референтных употреблений. Под вторичными референтными употреблениями местоимений понимаются случаи, когда местоимение одного лица и / или числа используется, в режиме косвенного речевого акта, для обозначения другого, в базовом употреблении несвойственного ему лица и / или числа ('мы' вместо 'я' или 'ты /вы', 'ты' вместо 'я' и под.).

Так, в одном из дел по выявлению языковых признаков угрозы истец последовательно именуется в III лице, используя номинацию *истец* и анафорическое местоимение ОН: «*Через некоторое время он[=истец] пришел к решению убить ответчика, так как только его кровь могла смыть позор обеспечения, и начал подготовку к этому...*».

Для идентификации именно говорящего в качестве реального референта текста использовался метод референциального анализа, с опорой на макроконтекст и экстралингвистические знания о ситуации (имелись в материалах по делу). В этих случаях мы обычно употребляем понятие «**референциальная инференция**». Вообще инференция представляет собой так называемое «выводное знание», которое вообще не содержится в семантике слов и выражений, составляющих высказывание. Это информация, которую адресат сообщения должен, по замыслу его автора, самостоятельно вывести из того, что сказано, опираясь на контекст, на ситуацию общения, культурный фон, энциклопедические знания о мире и пр. В частности, в такое знание может входить и неявным образом выраженная информация о лице, которое имеется в виду в представленном на анализ материале. Это и есть **инференция референциального типа**, или **референциальная инференция** [Радбильт, Юматов 2014: 18–21].

Еще одной разновидностью манипуляций с местоимениями является использование эффектов так называемой «лексикализации» местоимений, которая заключается в том, что в определенных контекстах местоимение утрачивает присущую ему дейктическую функцию и используется в роли номинативной единицы. Местоимение начинает обозначать некую нерасчлененную общность людей по какому-либо значимому для говорящего признаку. Примером подобной лексикализации является использование местоимения **МЫ** в романе-антиутопии Е. Замятина «Мы», где оно имеет «полновесное» лексическое значение номинативного типа – что-то вроде ‘все жители Единого Государства, разделяющие господствующий в нем образ мышления и поведения, его нормы и принципы’. При этом лексически и грамматически это слово в тексте «ведет себя» именно как местоимение, т.е. не проявляет парадигматических и синтагматических свойств существительного. Однако на концептуальном уровне оно имеет все свойства номинативной единицы, также оно может в контексте получать дефиницию постоянного типа, характеризующие именные и акциональные глагольные предикаты, как это свойственно для обычной номинативной единицы [Гранева 2008: 16–19].

Так, местоимение **ОНИ** может в определенных контекстах эксплуатировать гетеростереотип «чужого» по религиозному или национальному признаку (в ряде экстремистских текстов **ОНИ** обозначает просто евреев). Приведем характерный пример – текст песни Александра Харчикова под примечательным названием «Они» (как известно, заголовок представляет собой сильную позицию текста).

В тексте этой песни, широко известной в качестве образца произведений антисемитской направленности, заявленное в заголовке **ОНИ** как первоначально «пустой» терм разворачивает свою референциальную историю за счет обогащения предикатами с вполне конкретным содержанием номинативного, не дейктического типа. Причем для выявления этого необходимы специальные

познания лингвиста, поскольку референт 'евреи' не эксплицирован прямым и недвусмысленным образом, а для дел по экстремизму необходимо доказать, что именно евреи имеются в виду под словоупотреблением ОНИ. Для этого также использовалось понятие «**референциальная инференция**». В данном стихотворном тексте референциальная инференция к евреям однозначно вычисляется из макроконтекста.

**II. Манипуляции с оценочно-коннотативным потенциалом употребления местоимений.** Часто русские личные местоимения могут использоваться для выражения имплицитной негативной оценочности в случаях так называемой гиперидентичности, когда они эксплуатируют гетеростереотип «чужого»: это возникает в случае разнообразного обыгрывания оппозиции МЫ – ВЫ или МЫ – ОНИ. Указанная гиперидентичность становится значимой для экспертной практики лингвиста при решении задач установления языковых признаков экстремизма.

В книге В.А. Истархова «Удар русских богов», входящей в «Федеральный список экстремистских материалов», встречаем характерный пример такого противопоставления МЫ – ОНИ, в котором содержатся языковые маркеры гиперидентичности: *«Люди русские! Мужчины! Давайте задумаемся, почему евреи постоянно убивают лучших русских людей? Почему они нас, а не мы их? Мы что, оружие в руках держать не умеем?»*.

В ряде других категорий дел, в частности, дел по унижению чести и достоинства используется анализ негативно-оценочного потенциала русских неопределенных местоимений, которые участвуют в речевой стратегии эвфемизации (*кто-то, некто, какой-то, некоторый, определенный* и пр.).

В этом плане интересно негативно-оценочное использование неопределенного местоимения НЕКИЙ, анализ которого был необходим по делу о защите чести и достоинства Г... по материалам статьи одной из нижегородских газет:

Как одного из покровителей называют **некоего Г.** Это не кличка. Это фамилия бывшего полковника милиции, который, согласно записи разговора, общался с директором строительной компании по поводу 7,5 млн рублей отступных, но был направлен по известному в народе адресу.

Местоимение НЕКИЙ в нейтральном контексте обычно выступает как безоценочное неопределенное местоимение и означает 'какой-то (о ком-нибудь, точно неизвестном)' – ср. *Мне необходимы некие дополнительные данные.* Однако для слова КАКОЙ-ТО (а значит, это справедливо и для НЕКИЙ) словари дают переносное значение 'не заслуживающий внимания, уважения', да еще с пометой «разговорное, неодобрительное» [Ожегов, Шведова 1997], которая фиксирует наличие у слова определенной стилистической окраски. Коннотативный компонент 'неодобрительное' выступает в качестве носителя негативной оценки. Импликация оценочного типа 'не заслуживающий внимания, уважения' возникает на базе второго значения слова НЕКИЙ:

«2. Малоизвестный (обычно в сочетании с именем, фамилией или кличкой)» [Ефремова 2000]. Этот смысл порождается, если в целом весь контекст имеет негативный характер, что имеет место в анализируемом фрагменте.

## Литература

- Гранева И.Ю., 2008, Местоимение «мы» в аспекте проблемы языкового манипулирования сознанием, *Вестник Вятского государственного гуманитарного университета*, № 2 (2), с. 16–19.
- Ефремова Т.Ф., 2000, *Новый толково-словообразовательный словарь русского языка*, Москва: Русский язык.
- Николаева Т.М., 1988, Лингвистическая демагогия [в:] Арутюнова Н.Д. (ред.), *Прагматика и проблемы интенциональности*, Москва: Наука, с. 154–165.
- Ожегов С.И., Шведова Н.Ю., 1997, *Толковый словарь русского языка*, Москва: Русские словари.
- Радбиль Т.Б., Юматов В.А., 2014, Способы выявления имплицитной информации в лингвистической экспертизе, *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского*, № 3–2, с. 18–21.
- Радбиль Т.Б., Юматов В.А., 2015, *Язык и метод в современной судебной экспертизе: монография*, Москва: Юрлитинформ.
- Ривз Р., 2017, *Реальность в рекламе*, Смирнов В. (пер. с англ.), Москва: ООО «Библос».
- Чубина Е.А., 2013, Современное состояние и перспективы развития судебной лингвистической экспертизы рекламы, *Известия Тульского государственного университета, Экономические и юридические науки*, № 4–2, с. 408–414.