

*Никитина Алина Павловна
студентка 3 курса специалитета,
юридический факультет,
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского,
Россия, Нижний Новгород
e-mail: alinaaaa.nikitinaaaa@gmail.com*

*Шведова Татьяна Владимировна
студентка 3 курса специалитета,
юридический факультет,
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского,
Россия, Нижний Новгород
e-mail: tat.shwedova2017@yandex.ru*

ПРИМЕРЫ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ЯЗЫКЕ СМИ

Аннотация: В статье анализируется вариативность использования речевого воздействия средствами массовой информации по отношению к читателю, роль СМИ в жизни человека и степень воздействия манипуляции словами на лицо, воспринимающее продукты деятельности средств массовой информации.

Ключевые слова: манипуляция, средства массовой информации, СМИ, контекст, тропы, речевое воздействие, ресурсы языка.

*Nikitina Alina Pavlovna
3rd year student of the specialty,
Faculty of Law,
Nizhny Novgorod State University named after N.I. Lobachevsky,
Russia, Nizhny Novgorod*

*Shvedova Tatyana Vladimirovna
3rd year student of the specialty,
Faculty of Law,
Nizhny Novgorod State University named after N.I. Lobachevsky,
Russia, Nizhny Novgorod*

EXAMPLES OF SPEECH INFLUENCE IN THE LANGUAGE OF MASS MEDIA

Abstract: The article analyzes the variability of the use of speech influence by the mass media in relation to the reader, the role of the media in human life and the

degree of influence of word manipulation on the person perceiving the products of mass media activities.

Key words: manipulation, MSM, mass media, context, tropes, speech impact, language resources.

В современном мире средства массовой информации (далее СМИ) имеют такое интенсивное влияние на сознание человека и общества в целом, что некоторые исследователи считают, что основной функцией СМИ является именно манипулятивная, помимо информационной, образовательной, функций критики и контроля.

Одним из основных способов манипуляции является контекст. Контекст – это система внутренних и внешних условий жизни и деятельности человека, которая влияет на восприятие, понимание и преобразование им конкретной ситуации, придавая смысл и значение этой ситуации как целому и ее компонентам. Говоря о контексте, также следует отметить тот факт, что он может носить как положительный, так и отрицательный характер (оцениваемый контекст).

Примером отрицательно – оцениваемого контекста может служить фрагмент из статьи редакционного издания «Подъём» - [«https://pdmnews.ru/25458/»](https://pdmnews.ru/25458/): «В Челябинской области третьеклассники избili сверстницу до потери сознания. У нее диагностировали сотрясение мозга. По словам женщины, «мальчишки начали задирать дочь тем, что она якобы целовалась с другим одноклассником, а она им показала палец». Директор школы Михаил Жимоедов не смог подтвердить эту версию». В данном случае в отрицательно оцениваемый контекст вводится директор школы «Михаил Жимоедов», напрямую журналист не характеризует его в негативном спектре, не пытается уличить его в прямой заинтересованности в той или иной степени в недопустимости огласки данного инцидента, но негативная оценка ситуации тем не менее переносится и на эту личность, тем самым показывая директора школа с отрицательной стороны.

Примером положительно - оцениваемого контекста может служить статья на портале спортивных новостей - «Championat.com» - «https://www.championat.com/olympicwinter/news-4620573-veronika-stepanova-rasskazala-kto-iz-rossijskih-lyzhnikov-mozhet-stat-novym-bolshunovym.html?utm_source=copypaste: «Сейчас нужно обратить внимание на всю четвёрку ребят-юниоров, которые только что выиграли гонку на 30 км. Каждый может стать большим чемпионом, но у Ившина самый большой шанс стать новым Большуновым. Такой же шанс есть сразу у нескольких девушек, но здесь я бы не хотела выделять кого-то лично, чтобы никого обидеть». В этом фрагменте известный российский лыжник и трёхкратный олимпийский чемпион Александр Большунов хоть напрямую не характеризуется положительно, а упоминается лишь в контексте «стать новым Большуновым» - но тем не менее, подобное сравнение заставляет читателя воспринимать чемпиона в положительном контексте (каждый может стать большим чемпионом), что и переносит на эту личность положительное значение.

Далее, хотелось бы сказать об эвфемизмизации и дисфемизмизации. Основная цель, которая преследуется говорящим при использовании эвфемизмов, – стремление избегать коммуникативных конфликтов, не создавать у собеседника ощущение коммуникативного дискомфорта. В эвфемизмах, преследующих эту цель, в более «мягкой» по сравнению с иными способами номинации форме называется объект, действие, свойство. Примером эвфемизмизации является фрагмент статьи из спортивного журнала «Championat.com» - «https://www.championat.com/tennis/news-4200241-dzhokovich---o-maradone-pokojsja-s-miromlegenda.html?utm_source=copypaste» : «Первая ракетка мира Новак Джокович отреагировал на известие о смерти легендарного аргентинского футболиста Диего Марадоны. На своей странице в «Твиттере» серб опубликовал их совместную фотографию. «Покойся с миром, легенда», — написал Джокович». Вышеизложенная фраза «покойся с миром» является смягчающим обозначением явления смерти и помогает читающему, воспринять данный текст, более мягко для своего сознания.

Культура русской речи не ограничивается употреблением эвфемизмов. Кроме них, существуют еще дисфемизмы – это непристойное, либо грубое обозначение нейтрального изначально понятия с целью придания последнему негативного смысла или же усиления речевой экспрессивности. Например, употребление дисфемизма мы можем встретить в статье на портале «The Voice» - [«https://thevoicemag-ru.turbopages.org/thevoicemag.ru/s/stars/news/26-04-2020/urok-poluchila-pered-zhenshchinami-izvinilas-rudkovskaya-opravdala-todorenko/»](https://thevoicemag-ru.turbopages.org/thevoicemag.ru/s/stars/news/26-04-2020/urok-poluchila-pered-zhenshchinami-izvinilas-rudkovskaya-opravdala-todorenko/): «лучше бы сдох на льду, чем снялся с поломанным шурупом». Здесь слово «сдох» является дисфемизмом, так как подразумевает под собой непристойное обозначение нейтрального понятия «умер».

Также, хотелось бы отметить еще один вид типичной манипуляции словами в СМИ, такой, как «подмена понятий и терминов», то есть употребление слова, противоречащего его словарному определению (использование слова не соответствующего контексту). Суть в том, что, например, отсутствие морально – нравственных норм именуется «раскованностью», «отсутствием комплексов», следование традициям и обычаям предков – «ханжеством», патриотические чувства – «шовинизмом» и «национализмом». Так, например, в «Telegram» канале УНИАН – новости Украины/ война с Россией/ - [«https://www.unian.net/war/boeviki-lnr-nazvali-svoey-territoriey-vsye-luganskuyu-oblast-i-prigrozili-ukraine-novosti-donbassa-11712820.html»](https://www.unian.net/war/boeviki-lnr-nazvali-svoey-territoriey-vsye-luganskuyu-oblast-i-prigrozili-ukraine-novosti-donbassa-11712820.html) были опубликованы следующие слова: «Боевики "ЛНР" назвали "своей территорией" всю Луганскую область и пригрозили Украине. Террористы отметили, что Украина "оккупировала" их территорию». В данном случае, такие слова как «боевики» и «террористы» употребляются со стороны украинского независимого информационного агентства новостей УНИАН по отношению к военным ЛНР, хотя вторые являются лишь военнослужащими, что демонстрирует нам «подмену понятий» с целью внесения негативного аспекта.

Еще одним видом манипуляции в СМИ является категория одушевленности: овеществление. Этот прием является одним из самых популярных и эффективных способов воздействия на общественное сознание.

Действует он таким образом, что к неодушевленным предметам приравниваются те люди и события, которые должны быть представлены в негативном свете. Можно привести следующий пример: при сообщении о конфликте в Косово в 1999 году о жертвах говорили только как о неодушевленных мишенях. «Воздушные силы НАТО усилили свои удары по сербским мишеням». В основе данного приема лежит психологический феномен отсутствующей самоидентификации. Существует мнение, что люди обычно запоминают те отрывки статей, которые они могут соотнести с собой, при чтении которых они часто представляют, как бы они себя чувствовали на месте героев статьи. Примером одушевления является фрагмент из статьи «Russian. RT» - «<https://russian.rt.com/world/news/944194-tanki-hamas-izrail>»: «Израильские танки поразили артиллерийским огнём несколько военных постов палестинского движения ХАМАС в секторе Газа». Глагол «поразили» используется в данном случае в контексте «танков» и одушевляет их, но при этом под этим подразумеваются действия военных.

Овеществление как способ манипуляции словами мы можем наблюдать в контексте статьи на портале «Vestitama»- «<https://vestirama.ru/novosti/20210528-14.04.04.html>»: «Уверенность, что «чем больше в армии дубов, тем крепче наша оборона» - явная ошибка». В данном ироническом контексте под «дубами» подразумеваются неинтеллектуальные военнослужащие.

В новостных заметках и статьях наиболее используемыми тропами помимо «олицетворения», является «метафора». Метафора – это троп, характерный для художественных текстов, он оказывает положительное влияние на восприятие текста читателем. Этот прием делает текст новостей менее официальным, простым и понятным широкой публике. Так, в статье «RSPORT» - «<https://rsport.ria.ru/20140325/737130491.html>», приводится следующая фраза: «Закат карьеры на закате сезона: уходящие из спорта властители лыжни и винтовки». В этом тексте мы можем наблюдать метафору «закат карьеры» и «закат сезона», где оба слова «закат» используются как «природные метафоры»,

обозначающие время окончания того или иного явления в сравнении с природным закатом – окончанием дня.

Следующим видом манипуляции является так называемая неназванная экспертиза, которая является запрещенным приемом в СМИ. Примером является статья на портале «Взгляд-инфо» - <https://www.vzsar.ru/news/2013/10/02/syd-oshtrafoval-saravia-na-180-tysyach-ryblei-za-zagryaznenie-atmosfery.html>: «В отношении ОАО было возбуждено административное дело по ч.1 ст. 8.21 КоАП и проведена экспертиза по определению выброса загрязняющих веществ. Экспертиза подтвердила данный факт, в то время как разрешения на выброс у общества не имелось", - рассказали в ведомстве». В данном примере корреспонденты не дали точного названия экспертизы.

Одним из известных средств речевого воздействия является модальность. Объективная модальность выражает отношение сообщаемого к действительности в плане реальности или ирреальности. Так, например, на портале «Вести Поморья» в одной из статей - <https://www.pomorie.ru/2022/01/23/61ebde3e29fe983ecf0981f2.html> приводится фраза: «В Северодвинске денежный лимит на борьбу со снегом уже исчерпан на 80 процентов». Здесь отображается реальная оценка состояния вещей, в истинности которой уверен автор.

Субъективная же модальность выражает отношение говорящего к высказываемому. Примером является стенограмма В. В. Путина, размещённая на официальном интернет-представительстве президента России - <http://kremlin.ru/events/president/news/20366>: «И я уверен, и хочу вот это подчеркнуть, уверен, что украинские военнослужащие и российские военнослужащие будут не по разные стороны баррикад, а по одну сторону баррикад». В данном контексте автор подчёркивает своё исключительно собственное отношение к ситуации.

Пресуппозиция является известным способом манипулятивного воздействия. Так, например, ярким примером считается следующий новостной заголовок: «Британские ученые признали домашних кошек психопатами».

Данный пример навязывания пресуппозиции довольно часто встречается в СМИ. Учёные, как правило, почему-то, британские, часто мелькают в новостных заголовках различных издательств как некие авторитеты научного мнения, что в некоторой мере навязывает читателю уверенность в абсолютной истинности проведённых исследований и полученных результатов. Тем не менее, как правило, информация о существующей квалификации учёных не вводится.

Передаваемая в современной прессе информация не всегда бывает достоверной и полной, что позволяет создать такое представление о действительности, которое необходимо определенному изданию. Это достигается как раз с помощью некоторых приемов речевого воздействия, с помощью которых читатель некритично воспринимает печатную информацию и склонен доверять чужому мнению, конкретному изданию или журналисту, а также наиболее подвержен влиянию со стороны СМИ. Именно поэтому эффективность такого рода воздействия достигается не только с помощью умения искусно использовать ресурсы языка, но и благодаря отсутствию защитной реакции у адресата.

Именно примеры речевого воздействия в языке СМИ показывают, что манипулятивные возможности языка все чаще становятся объектом различных лингвистических исследований и основные сложности изучения феномена манипуляции информацией в СМИ сохраняются до сих пор.

Список литературы:

1. Беглов Е.И. Некодифицированная лексика в печатных СМИ 1990-2000-х годов: словарь Уфа: Гилем, 2006. 271 с.

2. Глинчевский Э.И. Средства речевого воздействия в языке СМИ // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2005. № 4. С. 18-27.

3. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М.: Издательство ЛКИ, 2010. 264 с.

4. Ковешникова М.Н. Речевая манипуляция и приемы речевого манипулирования // Царскосельские чтения. 2014. № XVIII. С. 582-584.

5. Розенталь Д.Э., Голуб И.Б. Современный русский язык. М.: Айрис-пресс, 2010. 448 с.

6. Солганик Г.Я. Язык современной публицистики: сб. статей. М.: Флинта: Наука, 2008. 232 с.

7. Шведова Н.Ю., Куркина Л.В., Крысин Л.П. Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов. М.: «Азбуковник», 2007. 1164 с.