воздействие разу сразу стало самым сильным оружием всех желающих управлять обществом. Значимость экспрессивно-оценочной лексики, как в русском языке, так и в истории человечества невозможно переоценить.

***

1. Балли Ш. Французская стилистика / Ш. Балли. – М. : 2001. – 281 с.
2. Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов и понятий. Изд. 6-е, испр. и доп. – Назрань : Пилигрим, 2016. – 610 с.
3. Костомаров В. Г. Жизнь языка / В. Г. Костомаров. – М. : 1994. – 340 с.
4. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : Азбуковник, 2000. – 940 с.
5. Розенталь Д. Э., Голуб И. Б., Теленкова М. А. Современный русский язык. – М. : Айрис-Пресс, 2002. – С. 126-128.
6. Сорокин Ю. С. «Просторечие» как термин стилистики // Доклады и сообщения филологического института. Вып. 1. Л., 1949. – С. 124-137.
7. <https://www.crimea.kp.ru/daily/26909.7/3954384/>
8. <https://www.crimea.kp.ru/daily/26906/3951856/>
9. <https://www.crimea.kp.ru/daily/26899/3944320/>
10. <https://www.crimea.kp.ru/daily/26909.5/3954573/>

Малярчук-Прошина У.О., Жирнова В.И.

Методология применения средств речевого воздействия в СМИ на примере издания «Первая крымская»

*ТА (структурное подразделение) КФУ имени В. И. Вернадского
(Россия, Симферополь)*

doi: 10.18411/spc-26-11-2018-03

idsp: spub-26-11-2018-03

Аннотация

Средства массовой информации широко распространены и находятся в свободном доступе. Давно устоялось мнение, что язык СМИ способен влиять на политическую, гражданскую и социальную позицию аудитории. Рассматривая журналистику как способ воздействия на общественное сознание, необходимо отметить, что форма речевой подачи является главным инструментом воздействия и ресурсом манипулирования им. Данная статья рассматривает специфику применения средств речевого воздействия в СМИ на примере издания «Первая крымская».

Ключевые слова: Речевое воздействие, языковое манипулирование, СМИ, манипуляция, дискурс, лингвистика.

Abstract

The media is widespread and freely available. The opinion has long been established that the language of the media is capable of influencing the political, civil and social position of the audience. Considering journalism as a way of influencing the public consciousness, it should be noted that the form of speech pitch is the main instrument of influence and a resource for manipulating it. This article examines the specifics of the use of speech exposure in the media on the example of the publication of the First Crimean.

Keywords: Speech impac, language manipulation, media, manipulation, discourse, linguistics.

Речевое воздействие – это влияние на поведение, взгляды, принципы, суждения, оценки человека либо группы лиц посредством языка. Такое воздействие изучают как комплексное явление, направленное на общество. Язык используется как средство власти над людьми. Благодаря успешному речевому воздействию происходит внедрение определенных ценностей, мнений, оценок в сознание человека, либо массовое сознание [1].

Языковое воздействие типично для таких типов дискурса, где главенствующую позицию занимает функция влияния на сознание: политика, реклама, СМИ. Поэтому целенаправленность и необходимость использования средств речевого воздействия очень подробно изучается современными журналистами-практиками, а также учеными социологами. Первая проблема, к которой приводит неумелое использование языковых манипуляций в СМИ – искажение картины мира адресата.

Нецеленаправленное использование средств языкового воздействия приводят к намеренному или случайному искажению фактов. По этому поводу А.П. Короченский отмечает, что интерпретация знаний об окружающем мире происходит в любом изложении событий, «пока происходит передача информации в обществе», однако «искажение нарастает на этапе потребления информации под влиянием коммуникативных условий ее приема и индивидуальных особенностей восприятия, свойственных получателем медийных посланий» [3].

Стоит отметить, что общение направлено на передачу информации, имеющую для собеседника эмоциональную ценность. Беседа должна иметь коммуникативную ценность, а значит формировать на своей основе выводы. Поэтому стоит обратить внимание на правильное использование и методологию употребления средств речевого воздействия, для достижения эффективной коммуникации, не нарушая этических и моральных норм. В своих работах А.А. Данилова предлагает разделять способы воздействия на три категории: лексические, синтаксические и логико риторические [2].

Тактика речевого воздействия:

- Использование неожиданной или неизвестной информации.
- Провокация.
- Апелляция к авторитету или авторитетному мнению.
- Апелляция к высшим ценностям, опора на стереотипы.
- Юмор.
- Программируемое мышление – постараться отвлечь адресата от возможности использовать контраргументы.
- Мнимый выбор, создание ситуации, в которой внушается лишь одно отношение к теме беседы.
- Способы достижения эффективного речевого воздействия:
- Авторизация. Использование личных местоимений, глагольных форм рядом с личными местоимениями, конструкции «мне кажется» и тд.
- Языковое манипулирование.
- Обширное употребление экспрессивно-оценочной лексики.
- Использование ярлыков, ключевых слов.
- Использование имплицатур (скрытого смысла в языковых конструкциях).

Не так давно было определено, что одним из факторов успешного языкового воздействия также является канал коммуникации. В основе концепции российского лингвиста Чернявской Валерии Евгеньевны лежит взаимосвязь между эффективной коммуникацией и отношения адресата к переданному сообщению. Таким образом, эффективность речевого воздействия зависит не только от успешно использованных приемов эмоциональной и лексической составляющей, но и от правильно выбранного коммуникативного канала, для передачи того или иного сообщения адресату [6].

Современный мир беспокоится об информационной безопасности общества. Поэтому в России и по всему миру действует комплекс законов, которые направлены на защиту общества от манипуляций, пропаганды запрещенных действий, разжигания конфликтов и т.д. Однако в СМИ продолжают проскальзывать тексты с высоким манипуляторным потенциалом. В связи с этим, аспекты речевого воздействия требуют подробного изучения и рассмотрения, чтобы человек мог анализировать данную ему информацию, уметь ставить ее под сомнение, а также отличать манипуляторные

тактики и скрытые призывы. Под языковым манипулированием ученые понимают - вид речевого воздействия, целью которого является неявное внесение в психику адресата навязанных ценностей, желаний и целей, используя психолингвистические механизмы, приводящие к некритическому восприятию адресатом речевого сообщения [4].

Построение текста напрямую связано с используемыми в нем языковыми средствами. Своего рода рекламой текста являются заголовки. Игра слов в заголовках является способом речевого воздействия, с целью затруднить понимание и концентрировать внимание не на информации как таковой, а возможных значениях, которые скрывает в себе эта самая игра слов. Этот прием требует высокого профессионализма от журналиста. Заголовки не являются весомым методом языкового воздействия, однако создают целостную картину и необходимое настроение в комплексе с графическим оформлением, аргументацией и использованных языковых средств в тексте.

Лиды, врезь, предисловия, также короткие обращение к читателям, которые могут намеренно подчеркнуть лексическими средствами важности, чтобы добавить значимость тексту, намекнуть на его эксклюзивность и важность.

Важным этапом в построении текста, является аргументация. Аргументация – способ речевого воздействия на аудиторию, с помощью приведения доводов, тезисов и аргументов, в результате, которого у адресата формируется выводы по какому-либо вопросу. В рамках изучения способов речевого воздействия, аргументация рассматривается, как способ отобразить скрытые мотивы. Благодаря использованию экспрессивно-оценочной, сниженной лексики, разнообразных идиом можно создать негативный эмоциональный фон для адресата, чтобы текст воспринимался в необходимом настроении. Таким образом, можно снизить образ человека, особенно это актуально для чиновников, политиков и других влиятельных персон. Я согласна с такой позицией, что элитарный уровень коммуникативной культуры предполагает знание технологий речевой манипуляции, умение видеть манипуляторные тактики и соответствующие приемы их языкового оформления, а также способность им противостоять [5].

В печатных СМИ речевое воздействие осуществляется не только благодаря речевым средствам, но и с помощью графики, это может быть единое оформление текстов, где выделяются с помощью графики определенные слова, увеличивается либо уменьшается шрифт, подчеркивания, обрамления и тд. Хорошо представлены такие способы графического воздействия в газетах «Аргументы и факты» и «Комсомольская правда».

Самой большой воздействующей силой обладает имплицитная информация, поданная неявно. Во-первых, она не может подвергаться критической оценке, так как не подается прямо и не осознается адресатом. Во-вторых, журналист редко несет ответственность за имплицитную информацию. Такого рода информация воспринимается не как поданная извне, а как собственный вывод, который человек сделал сам, прочитав текст.

На примере газеты «Первая Крымская» рассмотрим варианты и способы применения речевого воздействия. Статья «...Нелегкая судьба «евроблях», ночные посиделки депутатов,...» своим названием говорит о пренебрежительном отношении к украинским депутатам, так как «ночные посиделки» говорят о несерьезности ночного заседания Думы, а также во всей статье применяется разговорный термин «евробляхи», то есть автомобили с европейскими номерами, которые стали популярны в Украине, благодаря низкой цене. При аргументации автор использует идиому «дали заднюю» в адрес митингующих владельцев автомобилей. В какой-то момент автор статьи переходит на разговорный жанр и сниженную лексику: «Однако благородность намерений «евробляхеров» спотыкается о некоторую их «хитросделанность». По-хорошему, «топить» за снижение акцизов следовало бы до того, как завозить сюда

автомобили на еврономерах. А так получается, что сперва нашли сомнительные лазейки в законодательстве, а теперь требуем «отбелить» ввезенные по черным и серым схемам автомобили. Вероятно, эта хитрость также не добавляет «бляхерам» количества их сторонников». Такое речевое оформление создает негативную атмосферу и чувство неприятия к протестующим [7].

Также приемы языкового воздействия могут быть направлены на создание определенного настроения текста, так например, в статье о памяти жертв голодомора в первом абзаце видим слова: «...память о невинно замученных жертвах...». Для поддержания настроения скорби и ужаса автор пишет: «В то время, когда в амбарах и хранилищах гнило зерно, люди в своих домах в муках умирали от голода». Не обходится и без неприкрытой политической агитации: «Это чудовищное преступление коммунистического режима...». Эта фраза находится в последнем абзаце статьи. Благодаря речевым средствам выразительности и экспрессивно-оценочной лексике использованной в начале статьи, автор очень ненавязчиво дает читателю объект для ненависти, тот кто, по его мнению, виноват в этих ужасных событиях. Так непринужденно, кратко и используя лишь эмоциональность текста, автор подводит аудиторию к необходимым выводам [8].

Формирование образа благодаря средствам речевого воздействия - один из самых применяемых приемов в журналистике. Политики, спортсмены и другие влиятельные личности, либо формируют свой положительный образ в СМИ, либо попадают в негативные статьи-разоблачения об их деятельности. Например, заметка о боксерах Артеме Далакяне и Арнольде Хегеае, автор использует в адрес боксеров слова: непобедимый, известный, профи и тд. Помимо этого автор замечает, что: «Примечательно, что в последнем поединке в США против Хорхе Диаса Арнольд Хегай получил серьезное рассечение, однако для того, чтобы помочь Артему Далакяну подготовиться к защите титула он согласился наложить швы». Несмотря на небольшой объем текста, боксеры предстают в образе героев с безупречной репутацией [9].

К сожалению, благодаря речевому воздействию, в СМИ часто нарушают все существующие правила и разжигают конфликты на почве национальности, религии и тд. Известно, что при ведении информационной войны стран такие методы только поощряются лидерами государств. Поэтому неудивительно, что в статье «НЕВЕРОЯТНАЯ СТРАНА...» автор говорит о человеке, которого называет: «Переехавший в Украину из России «москалебандеровец»» ярлык, который автор сразу навесил своему персонажу. Далее в статье видим фразу: «Если в РФ сразу определяют — ты черный, ты еврей, ты еще кто-то...». Такие статьи направлены на людей, которых касается проблема национального ущемления или же интересует этот вопрос и формирует мнение человека о том, где ему будет жить комфортно, а где его права будут ущемлены или оскорблены, по мнению автора статьи [10].

Таким образом, говоря о речевом воздействии, мы говорим о самом применяемом и действенном способе формирования общественного мнения аудитории. Важность изучения языкового воздействия на сознание не может быть переоценена и является важным этапом в познании языка массовой информации и его особенностей.

***

1. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти (пер. с англ.) // Язык и моделирование социального взаимодействия... — Прогресс, 1987.
2. Данилова А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. М., 2009.
3. Короченский А.П. «Пятая власть»? Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. — Ростов н/Д., 2002
4. Лариса Рацибурская, Наталия Петрова. Язык современных СМИ. Средства речевой агрессии. Флинта, Наука, 2011.
5. Сковородников А.П., Копнина Г.А. Способы манипулятивного речевого воздействия в российской прессе // Политическая лингвистика. 2012.

6. Чернявская В.Е., Молодыхенко Е.Н. Речевое воздействие в политическом, рекламном и интернет-дискурсе: Учебник для магистратуры.. — М.: ЛЕНАНД, 2017.
7. <https://1k.com.ua/sobytiya-nedeli-versiya-chitatelej-unian-nelegkaya-sudba-evrobyah-nochnye-posidelki-deputatov-i-rost-shtrafov-dlya-voditelej.html>
8. <https://1k.com.ua/kazhdyj-raz-slezy-na-glazah-v-ukraine-v-pamyat-o-zhertvah-golodomorov-goryat-svechi-kadry-iz-sotssetej.html>
9. <https://1k.com.ua/arnold-hegaj-nesmotrya-na-rassechenie-pomogaet-artemu-dalakyanu-gotovitsya-k-zashhite-poyasa-chempiona.html>
10. <https://1k.com.ua/neveroyatnaya-strana-perehavshij-v-kirov-rossiyanin-yarko-rasskazal-ob-ukraine.html>

Молчанова А.А.

Манипулятивный аспект в репрезентации Brexit

*Донской Государственный Технический Университет
(Россия, Ростов-на-Дону)*

doi: 10.18411/spc-26-11-2018-04

idsp: spub-26-11-2018-04

В настоящее время интерес к проблеме манипуляции обоснован парадоксальностью социально-психологической и политической ситуации в современном обществе, которая существует в условиях глобализации. Большинство населения, вне зависимости от государства, не может осуществить политический выбор на основе учета своих собственных интересов. Политологи констатируют низкую политическую культуру и отсутствие умения отразить личный политический выбор и его последствия для будущего [1].

Направленность всех речевых стратегий современного политического дискурса заключается в одном: оказать воздействие на адресата, а так же убедить его принять решение, которое нужно субъекту политической деятельности. Втягивая в себя немногие суждения, представляющие «истину факта» и «истину разума», политический дискурс искусно манипулирует с самим понятием истины, выдавая субъективное за объективное [2, с. 199].

На данный момент существует достаточно много определений манипуляции. В данной статье мы будем ссылаться на определение манипуляции, данное И. В. Беляевой, где «манипуляция – прагматический акт, достигающий своей цели без явного обнаружения коммуникативной интенции: сознательно избирается такая форма высказывания, в которой отсутствуют прямые сигналы об интенциональном состоянии адресата. Увеличивая степень неадекватного восприятия информационного поля, манипулирование расширяет иллюзорную субъективную реальность. Манипуляция – негативное социально-психологическое явление, оказывающее разрушающее воздействие на личность и общество в целом» [3].

Не смотря на множество определений манипуляции, представленных в различных сферах, таких как политология, психология и т.д., все определения сводятся к тому, что манипуляция – это, в первую очередь, практика управления человеком, его сознанием и поведением. Цель политического манипулирования заключается в получении, реализации и сохранении власти. Требуемым условием осуществления манипуляции является создание фальшивой действительности, в которой не будет ощущаться ее присутствие.

В широком смысле в манипулятивном аспекте могут использоваться такие явления, как имплицитность, эвфемизмы, косвенные речевые акты, явления подобные косвенности – аллюзия, намек, метафора, ирония, подтекст, апелляции к прецедентной ситуации, сравнения, противопоставления, градации и т.д. Важное место в богатой палитре вербальных и невербальных средств экспрессивности политического дискурса занимает метафора. Метафора может поспособствовать манипуляции сознанием, потому как подтекст, созданный с помощью метафоры, строится на ассоциативных связях и воздействует на суггестивном уровне. Таким образом, метафора – вторичная