

## Языковая реализация воздействия на мировоззрение молодежи в медиадискурсе

Хегай Валентина Михайловна  
[khegava\\_1@rambler.ru](mailto:khegava_1@rambler.ru)

Доцент

Узбекский государственный университет мировых языков

**Аннотация.** В статье описывается природа речевого воздействия на общественное сознание в русском медиадискурсе. Актуальность темы статьи обусловлена значимостью проблемы целенаправленного использования языковых средств для воздействия на адресата средств массовой информации, особенно молодежи, которая особенно ему подвержена в силу отсутствия зрелого, устойчивого мировоззрения. В статье указывается несколько сфер, в которых речевое воздействие практикуется особенно часто и имеет важное значение: журналистика, лингвистика, социология, психология, образование, политика и др. Отмечая наличие широкого и узкого понимания речевого воздействия, автор подчеркивает, что придерживается узкого понимания. В статье рассматриваются языковые средства разных уровней, используемые для воздействия на адресата медиаречи: фонетические, лексические, морфологические и синтаксические. В заключении делается вывод о том, что современный человек, особенно молодой, должен иметь представление о языковой манипуляции и ее способах и ему нужно научиться распознавать ее и не поддаваться ей.

**Ключевые слова:** речевое воздействие, языковое манипулирование, вариативная интерпретация действительности, скрытое воздействие.

## Tilning yoshlar dunyoqarashiga ta'sirini amalga oshirish media nutqida

Xegay Valentina Mixaylovna  
[khegava\\_1@rambler.ru](mailto:khegava_1@rambler.ru)

Dotsent

O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti

**Аннотация.** Мақоллада рус media-kursida ijtimoiy ongga nutq ta'sirining tabiati tasvirlangan. Maqola mavzusining dolzarbligi ommaviy axborot vositalarining adresatiga, ayniqsa, etuk, barqaror dunyoqarashning yo'qligi sababli unga moyil bo'lgan yoshlarga ta'sir qilish uchun til vositalaridan maqsadli foydalanish muammosining ahamiyati bilan bog'liq. Maqolada nutq ta'siri ayniqsa tez-tez qo'llaniladigan va muhim bo'lgan bir nechta sohalar ko'rsatilgan: jurnalistika, tilshunoslik, sotsiologiya, psixologiya, ta'lim, siyosat va boshqalar. Nutq ta'sirini keng va tor tushunish mavjudligini ta'kidlab, muallif tor tushunchaga rioya qilishini ta'kidlaydi. Maqolada media-manzilni qabul qiluvchiga ta'sir qilish uchun ishlatiladigan turli darajadagi til vositalari ko'rib chiqiladi: fonetik, leksik, morfologik va sintaktik. Xulosa shuki, zamonaviy odam, ayniqsa yosh odam, til manipulyatsiyasi va uning usullari haqida tasavvurga ega bo'lishi kerak va uni tanib olishni va unga berilmaslikni o'rganishi kerak.

**Калит so'zlar:** nutq effekti, til manipulyatsiyasi, voqelikning o'zgaruvchan talqini, yashirin effekt.

## Language implementation of the impact on the worldview of youth in media discourse

*Khegay Valentina Mikhailovna*  
*[khegava\\_1@rambler.ru](mailto:khegava_1@rambler.ru)*  
*Associate professor*  
*Uzbek State World Languages University*

**Annotation.** *The article describes the nature of speech influence on public consciousness in Russian media discourse. The relevance of the topic of the article is due to the importance of the problem of the targeted use of linguistic means to influence the addressee of mass media, especially young people, who are particularly susceptible to it due to the lack of a mature, stable worldview. The article indicates several areas in which speech influence is practiced especially often and is important: journalism, linguistics, sociology, psychology, education, politics, etc. Noting the existence of a broad and narrow understanding of speech impact, the author emphasizes that he adheres to a narrow understanding. The article examines the linguistic means of different levels used to influence the addressee of media speech: phonetic, lexical, morphological and syntactic. In conclusion, it is concluded that a modern person, especially a young one, should have an understanding of language manipulation and its methods, and he needs to learn to recognize it and not succumb to it.*

**Key words:** *speech influence, language manipulation, changing interpretation of reality, hidden effect.*

## **Введение**

Проблема воздействия на мировоззрение молодежи вербальными средствами актуальна для разных наук – лингвистики, в частности, медиалингвистики как ее раздела, журналистики, социологии, психологии и других.

В современных условиях средства массовой информации имеют в этом отношении наиболее широкие возможности. О.К. Чиж считает, что «едва ли не главенствующая роль принадлежит речевой форме подачи соответствующей информации. Именно в связи с этим одной из актуальных и практикоориентированных научных проблем в журналистике является проблема целенаправленного использования языка СМИ как инструмента воздействия на общественное сознание и ресурса для манипулирования им» (Чиж, 2012; 282). Вышесказанное обуславливает актуальность темы статьи и для медиалингвистики, которую интересуют средства языковой реализации как манипулятивного, так и неманипулятивного воздействия на реципиента медиатекста.

Лингвисты, исследующие русский язык на стыке XX – XXI веков, особенно медиаязык, отмечают, что одна из функций средств массовой информации, а именно «функция воздействия, убеждения, начала вытеснять остальные функции речи, и средства массовой информации превращаются в средства массового воздействия» (Ильясова, Амири, 2009; 11).

Нужно отметить, что областями, в которых вербальное воздействие приобретает важное значение, кроме журналистики, лингвистики, являются реклама, политика, судопроизводство, психотерапия, а также образование и воспитание.

Специалисты используют термин *речевое воздействие* в широком и узком смысле. «В первом случае имеется в виду воздействие на сознание и поведение отдельного человека или коллектива с использованием сообщений на каком-нибудь естественном языке. В узком смысле, который в научном обиходе встречается гораздо чаще, под речевым воздействием понимают использование особенностей устройства и функционирования естественного языка с целью построения сообщений, обладающих повышенной способностью воздействия на сознание и поведение адресата или адресатов сообщения» (Паршин, 2000; 55–75).

В данной статье принимается узкое понимание указанного термина. Нельзя не согласиться с утверждением Р.М. Блакар, что «язык есть инструмент социальной власти,

поскольку выразиться нейтрально невозможно: всякое использование языка предполагает "осуществление власти", то есть воздействие на восприятие и структурирование мира другим человеком» (Блакар, 1987).

Варианты моделирования внеязыковой реальности языковыми средствами возникают потому, что язык предоставляет выбор форм выражения для разной интерпретации одного и того же события. Ср. широко известные выражения *Стакан наполовину пуст* и *Стакан наполовину полон*; *Он опаздывает* и *Он задерживается*.

Интерес лингвистов к проблеме вербального воздействия связан с проявлением тенденции к рассмотрению языка в действии, с возникновением интереса к семантико-прагматическим и функционально-коммуникативным аспектам изучения языковых единиц. Также он «объясняется желанием ученых выявить способность текстов оказывать эффективное программируемое воздействие на адресата посредством специальных приемов, которые называются в лингвистических исследованиях механизмами вариативной интерпретации действительности» (Баранов, Паршин, 1986).

Знакомство с научной литературой, посвященной теме статьи, показало важность различения речевого воздействия и манипулирования. Под языковым манипулированием «ученые понимают скрытое информационно-психологическое воздействие с помощью языковых средств, которое нацелено на побуждение человека к действиям, изначально не совпадающим с его воззрениями и системой ценностей общества в целом» (Чиж, 2012; 282).

## РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Рассмотрим особенности средств языка разных уровней. Обратимся к ним последовательно.

На фонетическом уровне воздействующей силой обладает интонация, которая совместно с инверсированным (рема предшествует теме) порядком слов, относящимся к синтаксическим средствам языка, придает речи экспрессивную и эмоциональную окрашенность. Ср. обратный и прямой порядок слов (в скобках даны примеры с прямым порядком слов, при котором тема предшествует реме): «*Высокие результаты дает реализация Национальной программы по подготовке кадров (Реализация Национальной программы по подготовке кадров дает высокие результаты)*; *Поговорить он любит (Он любит поговорить)*; *Лучшие дзюдоисты мира соберутся в Ташкенте (В Ташкенте соберутся лучшие дзюдоисты мира)*». Кроме того, часто используются ритм, рифма, аллитерация, особенно в газетных заголовках, политических лозунгах и рекламе: «*Чтоб сосульки не висели, вы бы крышу подогрели*»; «*На сцене был смог – никто девчонок разглядеть не мог*»; «*Будет детство веселей – ярких красок не жалеи!*»; «*Интернет – расстояния нет*»; «*Чтобы не пришла беда, голосуй: да – да – нет – да*»; «*ЧИСТОТА – ЧИСТО ТАйд*» (в последнем случае выразительность достигается еще и графически).

Перейдем к словам с воздействующим потенциалом. Эмоционально экспрессивны слова, демонстрирующие противопоставление «свой – чужой»: «*матерый политикан*» (их политик) – «*видный политический деятель*» (наш политик); «*фанатизм*» (их глубокие убеждения) – «*вера*» (наши глубокие убеждения); «*разведчик*» (наш агент) – «*шпион*» (их агент).

В газетах активно используются разговорные слова и выражения для придания речи живости и выразительности. Например: «*Примечательно то, что в сборной оказались парни из пяти клубов высшей лиги, но погоду делали представители «Бунёдора» ...Нападающие буквально разбазарили больше десятка выгодных моментов. И все же отметим, что по сравнению с другими сборными наша «молодежка» вселяет оптимизм – свет в окошке*». «*О высокой конкуренции свидетельствует то, что только после перепрыжки арбитры смогли определить победителей и призеров*». «*Отметим, что перспективные экипажи появились не только в Каракалпакстане, но и в Андижанской, Самаркандской, Сырдарьинской областях*».

С целью воздействия широко употребляются эвфемизмы, предназначенные для замены

неполиткорректных названий: вместо «негр» – «афроамериканец», вместо «инвалид – человек с ограниченными возможностями», вместо «детский дом» – «дом милосердия», вместо «бедняки, нищие» – «малообеспеченные слои населения», вместо «эмиссия» – «расширение денежной массы» и т.п. Поэтому права Ю.С. Баскова: «исследование специфики эвфемизма как языковой единицы показывает, что эвфемизация речи может использоваться не только по причине тактичного отношения к собеседнику, но и для манипулирования говорящим/пишущим своими реципиентами» (Баскова, 2006, с. 102).

Значительным воздействующим потенциалом обладают термины, как правило, заимствованные. Иноязычные слова менее освоены носителями, поэтому они воспринимаются как более научные, респектабельные, доказывающие компетентность адресанта. Например: «либерализация цен» вместо «повышение цен», «конфронтация» вместо «противостояние», «коррекция» вместо «исправление», «секвестирование» вместо «сокращение».

Выразительные возможности морфологических средств можно показать на примере противопоставления в одном предложении глагольных форм вида, залога или времени: «Партия власти зрела, зрела несколько циклов и вот созрела»; «Чехова можно изучать, но нельзя изучить»; «Президент говорит нам: «Не беспокойтесь, вас не уволят». Но мы уволимся. Это разные вещи»; «Мы повышали, повышаем и будем повышать цены на квартиры в лучших жилых комплексах Москвы». Особого выразительного эффекта достигает использование форм, образованных вопреки морфологическим нормам русского литературного языка: «Я благодарен Церетели за то, что он меня отваял в бронзе»; «Наши цирк циркее всех цирков!», «О чем стреляли в Донецке?».

Воздействующей силой обладает и варьирование языковых средств на синтаксическом уровне, хотя возможности синтаксиса оцениваются как не самые богатые в плане вариативной интерпретации действительности. Тем не менее и синтаксическая система языка предоставляет журналисту средства для вербального воздействия. Например, синтаксическое членение предложения, порядок слов, о котором говорилось выше, залоговые конструкции, которые являются одновременно морфологическим и синтаксическим средством. Ср.: «Дума обсуждает бюджет, предложенный правительством» – «Правительство внесло бюджет в Думу» (описывается одна и та же ситуация, но меняются «исполнители главной роли»). На восприятие события влияет и выбор действительного или страдательного залога в заголовке статьи о нем. Ср.: «Полиция расстреляла протестующих» – «Протестующие расстреляны полицией» (страдательная конструкция как бы снимает ответственность полиции за произошедшее) – «Протестующие застрелены» (ответственные за произошедшее не названы) – «Погибли протестующие» (виновник события даже не подразумевается).

Г.Я. Солганик назвал особый прием вербального воздействия «квазисинонимической ситуацией, иррадиацией», под которой понимает «распространение негативного смысла на слово или слова, ранее имевшие нейтральное или положительное значение» (Солганик, 2002). Например: «...все эти фашисты, коммунисты, националисты», где отрицательное значение приобретают все слова в перечислительном ряду.

Воздействующий эффект на адресата способно также оказывать столкновение противоречащих смыслов (оксюморон). Оксюморон содержит объединяет слова с противоположной – отрицательной и положительной окраской. Так, в медиатекстах можно встретить оксюморонные словосочетания *спад экономического роста* и *отрицательные темпы роста*, подразумевающие, что снижение темпов роста не противоречит самому росту. Этот способ манипуляции сознанием демонстрирует возможность, не скрывая правду, сообщить о ней в такой форме, чтобы создать у аудитории впечатление временного характера негативных явлений.

Примером манипулирования общественным сознанием является и частое использование журналистами выражений со значением уверенности в достоверности сообщаемых фактов: *само собой, несомненно, совершенно очевидно, как всем известно, не вызывает сомнения*, чтобы развеять возможные сомнения адресата и представить собственное субъективное мнение как объективно существующее. Сюда же относятся и льстивые, преувеличенные комплименты адресату: *«мыслящий, образованный, культурный»*.

### **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Таков далеко не полный перечень языковых средств, используемых с целью воздействия на адресата речи, особенно молодого возраста. В заключение хотелось бы отметить, что адресат медиадискурса должен как минимум иметь представление о языковой манипуляции и ее способах, ему нужно научиться распознавать воздействие на свое сознание и не поддаваться ему безропотно, а относиться критически. Это необходимо не только для эффективного, но и для безопасного общения. Интерпретации медиасобытия влияет на формирование в сознании аудитории, в первую очередь молодежной, не всегда верных суждений об окружающей действительности. Однако важно подчеркнуть, что цели вербального воздействия могут быть двойными – манипулятивными и неманипулятивными. Журналисты, на наш взгляд, не должны прибегать к манипуляции сознанием своей аудитории, должны стараться не нанести вреда психике людей, не оказывать на нее негативное воздействие. Между тем журналистам необходимо владеть способами эффективного речевого воздействия в хорошем смысле для осуществления своей профессиональной деятельности.

### **Библиография:**

1. Чиж, О.К. (2012). Речевые средства воздействия на общественное сознание: Языковое манипулирование в СМИ. *Молодой ученый*, 3, 282-284.
2. Ильясова, С.В., & Амири, Л. П. (2009). *Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы*. М.
3. Паршин, П.Б. (2000). Речевое воздействие: основные сферы и разновидности. В *Рекламный текст: Семиотика и лингвистика* (с. 268). М.
4. Блакар, Р.М. (1987). Язык как инструмент социальной власти. В *Язык и моделирование социального взаимодействия* (с. 88-125). М.
5. Баранов, А.Н., & Паршин, П. Б. (1986). Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание. В *Роль языка в средствах массовой коммуникации* (с. 100-143). М.
6. Баскова, Ю.С. (2006). *Эвфемизмы как средство манипулирования в языке СМИ (на материале русского и английского языков)* (Дис. ...канд. фил. наук). Краснодар: КубГУ.
7. Солганик, Г.Я. (2002). О закономерностях развития языка газеты в XX веке. *Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика*, 2, 39-53.