

УДК 81

Трубаева Елена Игоревна,

кандидат филологических наук, доцент,
Белгородский государственный национальный исследовательский университет,
308007, г. Белгород,
ул. Студенческая, 14, Россия

Колодяжная Вероника Николаевна,

кандидат филологических наук, доцент,
Белгородский государственный национальный исследовательский университет,
308007, г. Белгород,
ул. Студенческая, 14, Россия

МАНИПУЛЯТИВНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Аннотация. Такие категории СМИ как пресса, радио, социальные сети и телевидение образуют современный медиадискурс. Медиадискурс обеспечивает читателям и зрителям доступ к сведениям о политике, экономике, образовании, шоу-бизнесе, искусстве, науке и т. д. С его помощью люди формируют свой взгляд на происходящие события в обществе и мир в целом. После исполнительной, законодательной и судебной, медиадискурс определяют как «четвертую власть», так как он имеет значительное влияние на отдельного индивида и общество в целом.

Ключевые слова: медиадискурс, дискурсивный анализ, манипуляция, манипулятивное воздействие, языковые средства.

Термин «дискурсивный (дискурсный) анализ» (discourse analysis), под которым подразумевается метод дистрибутивного анализа сверхфразовых единиц, был впервые введен в научное употребление в 1952 году американским лингвистом З. Харрисом [7, с. 345]. Современная лингвистическая наука располагает в настоящем времени относительно большим количеством определений данного вида дискурса. Под дискурсом можно понимать «текст в его неразрывной связи с ситуативным контекстом: в совокупности с социальными, культурно-историческими, психологическими и другими факторами, дискурс может рассматриваться как совокупность текстов, относящихся к определенной

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

сфере человеческой деятельности, созданных в процессе коммуникации, которая охватывает адресата сообщения, адресанта и само сообщение; дискурсом называют текст в его становлении перед мысленным взором интерпретатора» [1, с. 233].

В изучении дискурса, как отмечает Р.К. Потапова, «существует два основных направления. Во-первых, это когнитивный подход, предполагающий изучение дискурса в его взаимосвязи с когнитивными процессами и функциями. Во-вторых, это динамический подход, связанный с анализом процессов порождения текста и его восприятия» [3, с.153].

Различные сферы дискурса, выделяемые учеными-лингвистами на современном этапе развития науки, базируются на стилистических и функционально-прагматических характеристиках. Самую обширную область дискурса представляет собой СМИ или медиадискурс.

Исследовательский интерес к англоязычному медиадискурсу объясняется многоплановостью дискурса СМИ, который включает в себя разнообразие предполагаемых аспектов и точек соприкосновения.

Средства массовой информации выступают одним из самых влиятельных социальных институтов нашего поколения. В качестве функций СМИ можно перечислить следующие:

- досуг;
- социализация и образование общества;
- распространение рутинной информации среди населения;
- реклама;
- просветительство в сфере культуры;
- научное просветительство.

СМИ оказывает влияние почти на каждый институт общества и любую сферу жизнедеятельности людей. Следовательно, трудно переоценить роль средств массовой информации в формировании, функционировании и эволюции общественного сознания. Благодаря СМИ общество может не только получать достоверную информацию, но и интерпретировать значимые события как в своей стране, так и в целом мире. Материа-

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

лы и программы масс-медиа в значимой степени оказывают влияние на формирование общественного мнения, что и объясняет ведущую позицию СМИ в современном мире.

Как считает А.П. Чудинов, «современные англоязычные СМИ являются одними из основных средств манипулирования общественным сознанием» [5, с.256].

По мнению Г.Г. Почепцова, «современные масс-медиа открыли для себя новые возможности воздействия, что позволило им переместиться с позиций чисто описывающих на позиции, которые формируют ситуацию» [4, с.149].

В современном мире одним из важнейших факторов развития практически всех сфер человеческой жизни и деятельности, является получение информации. Англоязычные средства массовой информации, являясь основными поставщиками информации, давно стали посредниками в распространении коллективного знания и прочно вошли в жизнь общества. Развитая система массовой коммуникации, под которой понимается особым образом организованное средство социального и культурного общения людей, заслуженно считается одним из основных признаков современного общества. Невозможно представить полноценное функционирование современного общества без таких средств массовой коммуникации, как телевидение, радио, Интернет, пресса и социальные сети.

Стоит отметить следующие признаки средств массовой информации и коммуникации:

- массовость;
- периодичность;
- принудительность (один источник вещания – много потребителей).

Язык англоязычных СМИ, являясь динамичным по своей сущности, отражает текущее состояние жизни в обществе, наиболее остро и достаточно быстро реагируя на все изменения в общественном сознании. Именно язык СМИ наиболее подвержен новым языковым тенденциям изменения, поскольку тексты средств массовой информации отражают и фиксируют многочисленные факты, свидетельствующие об изменениях языковой действительности.

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

Язык СМИ нуждается в постоянном контроле, так как речевая культура и информационно-языковая культура идет на спад.

Следует выделить следующие особенности языка массовой коммуникации в современном обществе:

- качественное и количественное усложнение конкретных сфер речевой коммуникации;
- социокультурное разнообразие норм речевого поведения отдельных социальных групп, свойственное современной речевой коммуникации, находящее отражение в языковой действительности масс-медиа;
- демократизация публицистического стиля, расширение нормативных границ языка СМИ;
- следование речевой моде;
- сознательный отход от литературно-языковой нормы.

Активные процессы изменения языковой нормы в рамках английского языка происходят именно в СМИ. Следовательно, пристального внимания заслуживает проблема сохранения национальных традиций языка и культуры речи в социуме.

Во второй половине XX – начале XXI века происходит стремительный рост новой сферы словоупотребления, что в значительной мере объясняет то, что тексты средств массовой информации представляют собой одну из наиболее распространённых форм существования языка.

В языке массовой коммуникации англоязычных СМИ были выделены два уровня: вербальный и медийный (аудиовизуальный). Именно эти уровни позволяют охарактеризовать специфику языка каждого конкретного средства массовой информации.

Медийные особенности источника распространения информации обязательно оказывают влияние на характер сообщения. Таким образом, не только графические, но и вербальные компоненты взаимодействуют с языковой спецификой печатных средств массовой коммуникации. Визуальный уровень, представляющий собой движущееся цветное изображение, в совокупности со звуковым и вербальными уровнями делают язык телевидения ещё более значимой и совершенной системой кодифицированного

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

воздействия на общественное сознание, что телевидение считается самым эффективным средством массовой информации.

Сложная многоуровневая мультимедийная система Интернета объединяет опыт всех традиционных СМИ. Вербальный текст Интернета дает возможность разворачивать текст не только линейно, но и в глубину межтекстовых связей путем ссылок.

Отсутствие собственного опыта всего многообразия событий, происходящих в мире, часто приводит к тому, что адресат формирует своё знание об окружающей действительности на основании интерпретаций и медиареконструкций, культуроспецифичных и идеологичных по своей природе.

Ежедневно средствами массовой информации создаются и распространяются большое количество различных текстов, среди которых следует отметить отдельные функционально-жанровые типы текстов, имеющие постоянные признаки на уровне формата, содержания, а также на уровне языка. «Основой всего кластера современной медиаречи являются типы текстов массовой коммуникации, имеющие определённый набор устойчивых характерных признаков: тексты новостей, информационной аналитики, рекламы и публицистические тексты разных жанров» [6, с.125].

Воздействие, направленное на психические структуры человека, можно рассматривать как манипуляцию. Манипуляции свойственен скрытый характер, что связано с тем, что ее задачей является изменение суждений, побуждений и целей людей в необходимом направлении. СМИ используют язык как «инструмент распространения и создания сообщений, оказывающих непосредственное воздействие на общественное сознание» [2, с.465].

Выбор конкретных языковых средств, используемых при создании сообщения, влияют не только на процесс восприятия и воспроизведения действительности, но и на структуры мышления. Такие сообщения ставят своей целью вызывать у людей необходимые чувства и эмоции, зачастую побуждая их к совершению тех или иных действий.

Таким образом, являясь продуктом различных социально-политических групп и национально-культурных сообществ, язык средств массовой информации служит для передачи национально-культурной специфики, обладая определённой идеологической

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

окраской. Социально-идеологические изменения в обществе и фиксация новых понятий отражается прежде всего в языке медиапространства.

Список литературы:

1. Кацев, А.М. К вопросу о семантической структуре эвфемистических словосочетаний в современном английском языке / А.М. Кацев // Структурные аспекты слова и словосочетания: Сб. научн. трудов. – Калининградский госуниверситет, 1980. – С. 233 – 237. - Текст: непосредственный.
2. Паршин, П.Б. Исследовательские практики, предмет и методы политической лингвистики. Проблемы прикладной лингвистики / П.Б. Паршин. – М.: Либроком, 2002. – 465 с.- Текст: непосредственный.
3. Потапова, Н.М. Эвфемизм в языке и речи (на материале англоязычного делового дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 02.04.06 /Н.М. Потапова. – М., 2008. – 34 с. - Текст: непосредственный.
4. Почепцов, Г.Г. Психологические войны. / Г.Г. Почепцов. - М.: Рефл-бук, 2002. – 149с.- Текст: непосредственный.
5. Чудинов, А.П. Политическая лингвистика. / А.П. Чудинов. – М.: Флинта, 2012. – 256 с.- Текст: непосредственный.
6. Enright, D.J. Fair of Speech: The Uses of Euphemism. / D.J. Enright. – Oxford Univ. Press, 1985. – 222 p. - Text (tactile): unmediated.
7. Harris, Z. Methods in Structural Linguistics. / Z. Harris. – University of Chicago Press, 1951. – 378 p. - Text (tactile): unmediated.