

Секция «Журналист в период общественно-политических перемен: профессия и позиции»

Языковое манипулирование в периодических изданиях (на примере региональных периодических изданий)

Кизима Вероника Александровна

Студент (бакалавр)

Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия

E-mail: vero-k@yandex.ru

Современные СМИ являются основным источником информации на сегодняшний день. Они подают сведения о происшествиях в глобальном масштабе, проверить которые самостоятельно невозможно. Следовательно, средства массовой информации имеют огромное влияние на формирование информационной картины мира. Поэтому важно отметить, что в последнее время как в печатных, так и в электронных СМИ функция убеждения начинает вытеснять другие языковые функции. В российских средствах массовой информации все чаще используются приемы манипуляции, как визуальные, так и языковые. Можно сказать, что средства массовой информации в какой-то степени становятся средствами массового воздействия. Это обуславливает необходимость изучения данного явления в СМИ, в том числе и в региональной прессе. Необходимо постоянно отслеживать применение различных манипулятивных тактик на различных языковых уровнях. Согласно классификации приемов языкового манипулирования, предложенной в работе А.А. Даниловой «Манипулирование словом в СМИ», языковое манипулирование в печатной прессе осуществляется на лексическом, синтаксическом и стилистическом уровнях. С опорой на данную классификацию были проанализированы материалы региональных периодических изданий «Аргументы и факты - Северный Кавказ», «Вечерний Ставрополь», «Открытая» за три месяца с сентября по ноябрь 2014 года.

Следует отметить, что в региональной прессе чаще всего используют в манипулятивных целях такие лексические средства, как: синонимы, эвфемизмы, дисфемизмы и такое явление как генерализация значений. Так, использование синонимов можно наблюдать в следующем предложении: *«но на древнем диванчике, среди гор мусора спит, скрючившись, мужичок»*. В данном случае употребление эмоционально окрашенных слов уходит от реальной ситуации и создает ложное впечатление о происходящем. Что касается лексического уровня, то здесь можно также увидеть использование эвфемизмов и дисфемизмов. Персонажи, которых характеризуют дисфемизмами, получают определенный маркер «чуждости». Зачастую в заголовках используются довольно однозначные определения: *«Убийцы ворвались в больницу»* и *«Бандиты «Джако» попадают за решетку»*. Используется и генерализация значения (*«правозащитники»*, *«большинство»*) для предельного обобщения ситуации.

На синтаксическом уровне языковое манипулирование достигается разнообразными трансформациями и усложнением предложений. Как правило, подобные нагруженные конструкции встречаются в текстах об официальных распоряжениях и собраниях, где преобладает официально-деловой стиль. Можно проследить и примеры номинализации: *«также планируется проведение рабочей группы по вопросу внесения изменений в закон о транспортном налоге»*. Как и номинализация, неопределенно-личные предложения используются для снятия ответственности с определенных лиц, как в следующем примере: *«были внесены изменения в решение городской Думы»*.

На стилистическом уровне в целях языкового манипулирования наблюдается использование таких тропов, как метафора: *«красные гвоздики пламенеют на фоне холодного камня, как будто греют его своим светом...»*. Метафора используется для создания иде-

ального образа, даже если он не соответствует реальности. Кроме того, можно проследить употребление метонимии, синекдохи для создания более обезличенного образа, как в предложении: *«автосалоны обвиняют в мошенничестве»*.

Таким образом, журналисты в региональных СМИ тяготеют к выполнению роли скорее воспитателя и помощника, чем информатора. Эта особенность характерна именно для региональных СМИ, поскольку в центральных изданиях основной целью становится если не роль информатора, то роль собеседника и выразителя мнений. Именно поэтому в текстах выражено отношение автора, показывающее желательное или нежелательное поведение. Языковое манипулирование в региональной прессе ярко выражено. В то же время анализ показал, что в действительности воздействие все же не носит массового характера и направлено на формирование общественного мнения в основном по бытовым, вполне однозначным событиям и проблемам.

Источники и литература

- 1) Данилова А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. 2-е изд. М., 2011.
- 2) Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. М., 2009.
- 3) Копнина Г. А. Речевое манипулирование: учебное пособие. М., 2008.