Мария Витальевна Левина

Санкт-Петербургский государственный университет

marusia.87@mail.ru

**Приемы и средства речевой манипуляции в языке СМИ: истинность и ложность**

Рассматривается актуальное состояние речевой манипуляции и способности языковых средств влиять на человека. Материал исследования включает тексты электронных версий российских газет и Ютуб-канал А. Навального. Предлагается типология языковых средств и речевых приемов манипуляции, вербализуемой лексикой, связанной с категориями «ложь» и «истина».

Ключевые слова: речевая манипуляция, истинность, ложность, масс-медиа.

Роль средств массовой информации в современном обществе сложно переоценить. Благодаря СМИ человек узнает о том, что происходит в его городе и стране, во всем мире. Однако принадлежность СМИ к сфере бизнеса, а также защита ими интересов определенных политических групп не дает возможности судить об объективности представляемой информации.

Характер подачи информации, отношение автора к содержанию, излагаемому в статье, и стремление к формированию у читателей определенного восприятия определяет арсенал языковых средств и используемых приемов, к которым прибегает журналист.

Ученые исследуют приемы и механизмы речевого воздействия на сознание человека, однако языковым средствам, которые используются для достижения целей манипуляции, уделяется меньше внимания.

В данном исследовании рассматривается феномен манипуляции информацией в СМИ, анализируются языковые средства и речевые приемы, используемые для реализации категорий «ложь» и «истина», и показывается, каким образом они участвуют в воздействии на адресата и формировании у него определенного отношения к получаемой информации и как это связано с социально-политической направленностью издания.

Языковая манипуляция осуществляется журналистами с помощью тщательно подобранных языковых средств, среди которых активно используется лексика с вторичной семантикой ложности, что позволяет завуалировать или скрыть правду от реципиента и представить выгодную журналисту информацию как истинную. Перерабатывая информацию и передавая ее читателю под особым углом зрения, СМИ участвуют в формировании моральных норм, эстетических вкусов и оценок, «выстраивают иерархию ценностей, а нередко даже навязывают читателю образцы рецепции истин – исторических, социально-политических, психологических и др.» [2: 7].

Многообразие использования выразительных языковых средств, таких как сравнения и метафоры, эмоционально-экспрессивная лексика, ирония, риторические вопросы, фразеологические единицы, позволяет журналисту создавать у читателя необходимые представления, намеренно формируя у него нужную манипулятору картину мира.

Журналисты, используя различные приемы манипуляции и языковые средства, успешно искажают, утаивают истину, откровенно выдают ложь за правду. «Смысл использования лжи в манипуляции сознанием, грубом обмане реципиента. Ему предлагается информация, абсолютно не соответствующая действительности» [1: 362].

Выделенные нами в ходе анализа единицы, помогающие манипулятору достичь этой цели, весьма разнообразны: это глаголы («придумывать», «мечтать», «сочинять», «мерещиться», «представлять», «казаться»), существительные («сказки», «обман», «иллюзия», «воображение», «фантазия», «вымысел», «небылица», «обман», «фейк», «вброс»), прилагательные («фантастический», «мифический»). Наиболее активными лексическими единицами являются глагол «придумать/придумывать» и существительное «воображение», которые чаще других встречаются в текстах как официальных, так и оппозиционных СМИ. Остальные лексические единицы распределились следующим образом: в официальных СМИ авторами используются: глаголы «мечтать», «сочинять», «мерещиться»; существительные «фантазия», «картина», «образ», «вымысел», «небылица», «обман», «выдумка». В текстах оппозиционной направленности мы встречаем: глаголы «представить», «казаться», «показаться», «врать»; существительные «картиночка», «присказка», «самообман», «фейк», «вброс»; прилагательные «фантастический» и «мифический».

Анализ текстов позволил увидеть, что выделенные нами лексические единицы в определенном контексте обрастают семантическими опорами, которые помогают раскрыть и реализовать семантику сомнения в истинном или ложном представлении той или иной ситуации журналистом. Авторы текстов разной направленности выбирают разные выразительные средства. Большей экспрессией и агрессивностью обладают тексты оппозиционных СМИ, которые чаще обращаются к эмоциям читателя/слушателя. В то же время журналисты официальных СМИ прибегают к образным средствам русского языка, используя в большей мере, по сравнению с авторами другой группы текстов, фразеологизмы и риторические вопросы.

Литература

1. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием-2. М.: Эксмо: Алгоритм, 2009.

2. Петрова Н. Е. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии. М.: Флинта: Наука, 2013.