Ирина Викторовна Ерофеева

Забайкальский государственный университет (Чита)

irina-jour@yandex.ru

**Эффекты воздействия агрессивного медиадискурса на целевую аудиторию**

Обозначена актуальность исследований агрессивных компонентов медиадискурса, способных обеспечить массовое деструктивное реагирование целевой аудитории. С использованием психолингвистического анализа выявлены эффекты воздействия подобного медиадискурса и дана их характеристика. Сформулирована особая положительная роль национальной картины мира автора.

Ключевые слова: агрессивный медиадискурс, эффекты воздействия, национальная картина мира, языковая личность автора, психолингвистика.

Авторы медиадискурса ориентированы на активное использование средств по привлечению внимания аудитории. В эпоху рынка, информационных и физических войн особенно задействованы инстинкты самосохранения и агрессии. Темы криминала, террора, убийств, насилия, жестокости поставлены на конвейер медиапроизводства в дискурсе кинематографа, политической коммуникации, новостной и криминальной журналистики, шоковой рекламы.

Доминирует агрессивный медиадискурс – дискурс, содержащий агрессивный компонент, выражаемый вербальными и невербальными средствами [1]. Под агрессией понимается любая форма поведения, нацеленная на оскорбление или причинение вреда живому существу. Агрессия может быть вербальной или физической, принимать символическую или реальную форму. Агрессивный медиадискурс структурирован композиционной схемой «Преступник – Жертва – Насилие». При этом наличие хотя бы одного компонента этой цепочки уже обусловливает некоторый деструктивный эффект воздействия на потребителя.

Эффекты как результаты воздействия на целевую аудиторию зависят от инструментария и содержания медиадискурса. Эффективный медиапродукт создаёт «вторичную информационную волну» – способную скорректировать или изменить взгляды человека, его эмоциональный фон и градус рефлексии на реальность, а также поведенческие паттерны.

Согласно многочисленным исследованиям, преобладающий в жизни человека агрессивный медиадискурс на когнитивном уровне создаёт атмосферу страха и отчаяния, нарушается критичность мышления, появляется инфантильность в восприятии реальности, идёт переоценка частоты насилия в жизни, мир видится сугубо враждебным, в результате агрессия воспринимается как социально желаемая. В порыве защитить себя возрастает тяга к авторитаризму, постепенно формируется иная система ценностей. Так, агрессивный медиадискурс эпохи пандемии способствовал ряду когнитивных эффектов [2]: моральные суждения приобрели категоричность, возросла значимость культурной или религиозной принадлежности, при этом наблюдался всплеск нетерпимости и ксенофобии. Социальное дистанцирование породило чувство одиночества и частых сомнений в милосердии, силе или намерениях Бога.

В перечень распространённого спектра эмоциональных эффектов входят нейроневрозы, испуг, беспокойство, устойчивый страх, поведенческое возбуждение, злость. Активное потребление агрессивного контента формирует десенсибилизацию – потерю чувствительности к страданиям жертвы, кровь становится «клюквенным соком» или кетчупом в удачной находке режиссера страшного спектакля. У реципиента появляется потребность в более сильных возбудителях, срабатывает закон «снежного кома» – человек нуждается в более откровенных и зловещих сценах. В таких условиях возможна радикальная трансформация представлений о Норме, снимается запрет и рушатся табу, Ненорма сублимирует в естественный эмоциональный фон, особенно когда агрессия демонстрируется в комедийном аспекте. Яркий пример – французский сатирический журнал Charlie Hebdo, высмеивающий ислам, христианство, пытки концентрационных лагерей и т.д.

Поведенческие эффекты демонстрируют усвоенные с помощью медиадискурса модели поведения, возникают на основе эмоциональных трансформаций по возрастающей – до ослабления сдерживающих реакций и стимулирования рефлексивного поведения: воспроизведения деструктивных поступков, увиденных ранее в медиа.

Большое конструктивное значение имеет актуализация национальной картины мира языковой личности автора. В российской культуре темы смерти и насилия всегда рассматривались в категориях глобальных ценностей, в парадигме терминальной аргументации: жизнь-смерть, добро-зло [3: 151]. Согласно нашему культурному коду, агрессивная фактура – это средство эмоционального и нравственного воспитания общества, и демонстрировать её важно таким образом, чтобы у аудитории было как можно больше осуждающих аргументов. Для данных фактов необходимо смысловое поле, которое разбудит сознание человека и позволит ему распознать страсти и Тень, в том числе в его душе.

Литература

1. Гуськова С. В. «Агрессивная полемика» как важнейшая составляющая дискурса современных российских масс-медиа // Славянский мир: духовные традиции и словесность. Тамбов, 2017. С. 562–566.
2. Дейнека О. С., Мельник Г. С., Духанина Л. Н., Максименко А. А. Психологическое состояние общества в условиях инфодемии // Инновационное развитие: потенциал науки и современного образования. Пенза, 2020. С. 194–197.
3. Ерофеева И. В. Психология медиатекста. М., 2020.