

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

**Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. Н. А. ДОБРОЛЮБОВА**

Лаборатория социопсихолингвистических исследований

**СОЦИАЛЬНЫЕ
ВАРИАНТЫ
ЯЗЫКА - VI**

**Материалы международной научной конференции
16 – 17 апреля 2009 года. Нижний Новгород**

**Нижний Новгород
2009**

Печатается по решению редакционно-издательского совета
ГОУ ВПО НГЛУ

УДК 808. 2-3
ББК 81.411: 2
С – 724

Социальные варианты языка – VI: Материалы международной научной конференции 16 – 17 апреля 2009 года. Нижний Новгород. – Нижний Новгород: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова, 2009. – 423 с.

ISBN 5-85829-107-9

Сборник содержит материалы международной научной конференции, состоявшейся в Нижегородском государственном лингвистическом университете им. Н.А.Добролюбова 16 – 17 апреля 2009 года.

УДК 808. 2-3
ББК 81.411: 2

Редакционная коллегия:

М.А. Грачев, доктор филологических наук (ответственный редактор)
Е.С. Гриценко, доктор филологических наук
А.Г. Калинина, кандидат педагогических наук
Т.В. Романова, доктор филологических наук

ISBN 5-85829-107-9

© ГОУ ВПО НГЛУ, 2009

ЯЗЫКОВОЕ МАНИПУЛИРОВАНИЕ В ТЕЛЕВИЗИОННОМ ДИСКУРСЕ (НА ПРИМЕРЕ ПЕРЕДАЧИ «ОДНАКО»)

А.В. Шквырина

Ижевск

Манипулирование (в том числе языковое) в сфере политического дискурса является традиционным и широко используемым приемом воздействия на адресата. Традиция изучения манипуляции восходит к работам психологов, социологов, политологов, лингвистов¹.

Под *языковым манипулированием* понимается использование особенностей языка и принципов его употребления с целью скрытого, неявного воздействия на сознание адресата в нужном для говорящего направлении. Иными словами, адресат не осознает этого воздействия. Манипуляции не будет в том случае, если адресат догадывается либо знает о том невысказанном смысле, который подразумевает говорящий. Тем самым манипуляция отличается от других, схожих по механизмам образования, способов речевого воздействия, предполагающих проявление именно «воздействующего» эффекта, какими, например, являются словесная аргументация или речевые акты, относящиеся к сфере вежливости и такта².

Эффективность манипуляции будет напрямую зависеть от искусности и мастерства манипулирующего, проявляющихся в использовании ресурсов языка на всех его уровнях, но в первую очередь – на лексико-семантическом.

Выбор материала анализа обусловлен тем, что телепередача «Однако», имея в своем дискурсе манипулятивные черты, транслируется в рамках вещания одного из центральных каналов Российской Федерации. Таким образом, можно оценить, насколько велика территория, охватываемая вещанием, и каков размер аудитории, что, в конечном итоге, дает представление о масштабах воздействия. Кроме того, существует сложившаяся за несколько десятилетий функционирования советско-российского телевидения традиция, когда «первая» кнопка на телевизоре «диктует» зрителю определенный образ жизни. Так было в СССР, подобное продолжается и в России. Можно сказать, что складывается определенное *доверие к тому*, кто говорит на «Первом».

¹ Беглов С. И. Внешнеполитическая пропаганда: Очерки теории и практики. – М.: Высшая школа, 1984. – 375 с. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. – М., 2004. – 320 с. Или <http://lib.ru/PSIHO/BERN/games.txt> Бессонов Б.Н. Идеология духовного подавления // <http://www.dere.com.ua/librari/psi-factor/bessonov-prop-manip.shtml>. Власов А.И. Политические манипуляции: История практики средств массовой информации в США. – М.: Международные отношения, 1982. – 303 с. Смысловое восприятие речевого сообщения (в условиях массовой коммуникации). – М.: Наука, 1976. – 263 с. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 2001. – 252 с.

² Карасик В.И. Язык социального статуса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. – 333 с.

Основной объект речи – общественно-политическая жизнь России и мира; способ изложения – интерпретативно-оценочный. Структура программы выстраивается по традиционной модели: «незатейливые» замечания, высказывания и выводы ведущего перемежаются с репортажами корреспондентов. Формально подобное построение делает данную программу *схожей* с выпуском новостей или информационным обзором. Иными словами, по форме телепередача «Однако» – информационно-аналитическая.

Однако в терминах коммуникативной стилистики такой дискурс обозначается как воздействующий – типологически контрастирующий с информационным. Так подчеркнутая внешняя близость информационно-аналитической программы «Время» и анонсируемой в ней (а ранее входящей в ее состав!) телепередачи «Однако» позволяет ярче обозначить расхождение во взгляде на явления действительности официально признанных источников и резонансных с ними (горячо любимых или негативно оцениваемых).

Рассматривая политический дискурс программы М. Леонтьева, можно выделить яркие черты, свойственные, впрочем, современному стилю общения в целом: это, прежде всего, *высокая экспрессивность и тяготение к «разговорности»*. Подобные особенности формируются социальным заказом, который является результатом процесса демократизации общества и языка. Телевидение, являясь самым популярным и доступным средством масс-медиа, также влияет на эти процессы. Разговорность облегчает восприятие речи, делает ее более доступной для аудитории, что ведет, в свою очередь, через понимание к принятию позиции автора (адресанта) – а это и есть цель манипулятивного дискурса.

Акты речевого общения в контексте телевидения существуют в разорванном пространственными и временными факторами виде, поэтому для решения коммуникативных задач адресант должен проявить искусство, даже изощренность, в использовании и вербальных, и невербальных средств воздействия на аудиторию. Определяющим фактором силы воздействия телевидения становится *«иллюзия непосредственного контакта между говорящим и аудиторией, прямой обращенности к аудитории»*¹. «Торжественность ситуации» в программе «Однако» составляет иллюзия «момента истины», подкупающей откровенности слова, которым подводится итог освещаемым событиям.

Немаловажную роль в воздействии на аудиторию играет *личность ведущего*: его внешность, черты характера, компетентность и прочие характеристики. Тот факт, что ведущий «Однако» М. Леонтьев – известный и достаточно авторитетный журналист, который хорошо разбирается в общественно-политической жизни мира и России,

¹ Стриженко А.А. Об особенностях организации текстов, относящихся к разным функциональным стилям. – М.: Высшая школа, 1988. – С.6.

безусловно, привлекает зрителя (см. сайты, форумы в Интернете, посвященные как передаче, так и М.Леонтьеву). Зритель хочет знать мнение профессионала. Часто это связано с тем, что страх человека перед внешним миром, проблема доверия себе и другим людям вынуждают искать ответы, защиту в ком-то еще, кроме себя.

Все вышесказанное, а также актуальность информации, освещаемой в «Однако», вызывают зрительский интерес, то есть то, что называют избирательным отношением личности к объекту в силу жизненного значения эмоциональной привлекательности этого объекта¹.

О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ УПОТРЕБЛЕНИЯ МОРСКОГО ЖАРГОНА В АНГЛИЙСКОЙ РАЗГОВОРНОЙ РЕЧИ

Е.Е. Шмелева
Москва

Актуальность исследования языков для специальных целей, в частности подязык *Navyspeak / Blue Jacket's speak* («жаргон моряков»), обусловлена целым рядом причин и, к примеру, неослабевающим интересом исследователей к описанию и созданию классификаций языковых структур, обеспечивающих общение в определенных отраслевых сферах общественной и социокультурной коммуникации, а также к грамматическим, лексическим и стилистическим особенностям этих структур.

Лексический уровень специальных языков, на наш взгляд, вызывает наибольший интерес, т.к. повышенный интерес к межкультурному общению предполагает появление множества терминов, профессионализмов, жаргонизмов. Этот уровень языка требует к себе наибольшего внимания, поскольку именно он, передавая смыслы, создает и наибольшие трудности при изучении, использовании и понимании специальной лексики.

Объект нашего исследования – морская профессиональная лексика, что не случайно, так как данная социальная группа обладает своими ценностями, нормами и специальным языком, свойственным для английской культуры и британского социума в целом.

Островное расположение Великобритании вполне закономерно способствовало появлению в английском языке профессиональных жаргонизмов, связанных с морем: этому способствовала занятость большого количества населения Англии в сфере морского дела, так как единственным средством общения государства с другими странами всегда было море. Именно владение жаргоном показывает степень «причаст-

¹ Кохтев Н.Н. Реклама: искусство слова. Рекомендации для составителей рекламных текстов. - М.: Изд-во МГУ, 2004. - С. 70.