Федеральное агентство по образованию
Органы самоуправления МО «Город Воткинск»
Филиал ГОУ ВПО «Удмуртский государственный университет» в г.Воткинске
Кафедра общегуманитарных и естественнонаучных дисциплин

Российский патриотизм как нравственно-эстетическая проблема

Материалы
Первой межрегиональной (заочной)
научно-практической конференции

25 апреля 2009 года

Русь! Русь! Вижу тебя из моего
чудного прекрасного далека…
Н.В. Гоголь

Воткинск
2009

ББК 60.028.131.я431

Ф 32

Филиал ГОУ ВПО «Удмуртский государственный университет» в г.Воткинске

Научный редактор: к.филол.н., доцент, зам. директора по НИР *Н.Н. Гагарина*

Редакционная коллегия: зав. кафедрой общегуманитарных и естественнонаучных дисциплин *В.А. Викулов*, к.и.н. *Т.О. Санникова* (ученый секретарь), *Л.А. Белобородова; О.Н. Коновалова (технический редактор)*

Настоящий сборник содержит материалы Первой межрегиональной (заочной) научно-практической конференции «Российский патриотизм как нравственно-эстетическая проблема», обсуждение которых состоялось на «круглом столе» 25 апреля 2009 года в филиале ГОУ ВПО «Удмуртский государственный университет» в г.Воткинске. Данная конференция осуществлена в русле работы кафедры общегуманитарных и естественнонаучных дисциплин по фундаментальному исследовательскому направлению «Духовно-нравственные основы современного общества».

Издание адресовано специалистам в области культурологии, истории, обществознания, лингвистики, преподавателям, учителям, воспитателям, социальным работникам, аспирантам, студентам и всем, кто интересуется вопросами духовного возрождения России.

Все материалы сборника представлены в авторской редакции

© Филиал УдГУ в г. Воткинске, 2009

на крыше ректора, знали, чем им грозит эта работа, они непременно бы побросали стволы и спустились по лестницам вниз. Хороший ответ этим разговорам дал член-корреспондент Академии медицинских наук СССР А.Воробьев: «Эти люди знали, какой пожар гасили, знали, что им угрожает вовсе не огонь, а радиация. Они его погасили. В эти минуты они спасали, если хотите, и наши с вами жизни» (Карпов В. Подвиг // Пожарное дело. №4. 2005. С.39).

А один из участников тушения ночного пожара на АЭС, Иван Бутрименко, скажет просто и точно: «Каждый из нас понимал, на что идет».

Да, понимание размеров грозившей беды питало энергию и решимость пожарных. Они поставили на карту свою жизнь, чтобы миновала беда многих людей – родных и близких, знакомых и незнакомых. Они не могли иначе.

Сегодня это понимают все, кто всерьез задумывается над трагедией, произошедшей на Чернобыльской АЭС.

Никто не говорит, что для возрождения патриотизма, мы должны прийти к военному конфликту, создавать катастрофы. Рассказы об этих людях, примеры их жизни должны быть постоянно в информационной сфере социальных институтов: СМИ, семьи, детских учреждений и т.д. Помимо этого, надо выработать и отношение к этим примерам у детей и подростков.

Современные же культурные продукты в большинстве своем мало способствуют патриотическим чувствам молодежи.

Психология своего начинается с малого, с чувства своей семьи, дома, района, города. Тогда человек и становится патриотом своей Родины. Если он гадит в подъезде, считая это дозволенным – это не мое, придут – уберут. Точно также он будет считать, что и Родину найдется, кому защищать. Здесь проявляется не чувство своего, а чувство крайнего – «моя хата с краю», чувство эгоистической выгоды для себя.

С другой стороны, должна быть и соответственно выстроенная политика государства. Один-два города столичного порядка, в которых стремиться жить чуть ли не вся Россия – признак неразвитости. Государство должно поощрять специалистов, которые работают на благо самых отдаленных районов России. Они не должны чувствовать себя жителями «тьмутаракани» и «захолустья». Необходима соответствующая оплата труда, развитая инфраструктура.

Патриотизм – чувство своего в двух смыслах: со стороны человека-гражданина по отношению к Родине и чувство государства по отношению к СВОИМ гражданам.

А.В. Шквырина
Ижевск

РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ КАРТИНЫ МИРА: К ВОПРОСУ О РЕЧЕВОЙ МАНИПУЛЯЦИИ В ТЕЛЕВИЗИОННОМ ДИСКУРСЕ

...Люди не просто лгут, - они интерпретируют
социальную действительность.
Т. А. ван Дейк

В современной науке существует отчетливая тенденция смещения исследовательских интересов, лежащих в сфере непосредственного общения, на проблемы массового речевого воздействия, объектом которого является некоторая совокупность людей. Вызывает трудности определение предмета речевого воздействия.

Во-первых, сложность самого объекта анализа – речевого общения и речевого воздействия в том числе – обусловливает многосторонний, комплексный подход, поскольку нет оснований для монополизации исследований этой важнейшей функции языковой системы в рамках одной научной дисциплины.

Во-вторых, даже обыденное, повседневное использование языка, даже «нейтральное» общение – это «господство» над партнером по общению (на адресантной линии), влияние на него.

Таким образом, предмет речевого воздействия составляют именно те средства языка, которые могут быть использованы для осуществления контроля над сознанием собеседника. Признается, что основой воздействия является **интерпретация**. Она необходима при операциях над знаниями партнера, над его ценностными категориями, эмоциями, волей.

Кроме того, не требует особого доказательства факт существования ситуаций, в которых речевая активность говорящего направлена на то, чтобы заставить слушателя думать или действовать в его (адресанта) интересах. Это воздействие осознается слушателем либо нет. Подобный вид речевого воздействия, когда, осознанно осуществляя выбор языковых средств и искусно их используя, адресант латентной, то есть неявной, маскируемой, форме пытается возбудить у другого человека какие-то намерения, не совпадающие с его актуально существующими желаниями, называется **языковым манипулированием**.

Этот вид речевого воздействия чрезвычайно распространен в стратегиях власти, средств массовой коммуникации, а поскольку технический прогресс предоставил для вербальной коммуникации огромные возможности, то на современном этапе развития общества манипулирование, в том числе и речевое, приобрело грандиозные масштабы.

Манипуляционные ресурсы языка поистине безграничны. Кроме того, манипуляция как метод контроля над человеком и управления им существует очень давно, а в последнее время так развилась и «разнообразилась», что стала настоящим бедствием современного человека, который становится все более пассивным объектом, «жертвой».

Насколько силен и распространен может быть процесс манипуляции, можно оценить, рассмотрев «мишени» воздействия. В психологии составлена классификация мишеней психологического воздействия [Доценко 1997, С.43]:

1. побудители активности, то есть потребности, интересы, склонности, идеалы;
2. регуляторы активности: смысловые, целевые и операциональные установки, групповые нормы, самооценка, мировоззрение, убеждения, верования;
3. когнитивные, или информационные, структуры, а это – знания о мире, людях, сведения, которые обеспечивают информационную человеческую активность;

4. операциональный состав деятельности: способ мышления, стиль поведения, привычки, умения, навыки, квалификация;
5. психические состояния, включающие в себя фоновые, функциональные, эмоциональные составляющие и т.п.

Человек, который является манипулятором, для достижения запланированного результата (авторской интенции) *использует не только уже существующие особенности человеческой личности, но стремится также создать новые, более удобные, легко доступные или более эффективные мишени.*

Эффективность процесса манипуляции заключается в том, с помощью каких средств манипуляторы «стреляют» по мишеням, добиваясь нужного результата. Следует признать, что речевые средства являются мощнейшим оружием, а потому одним из самых традиционных и популярных средств воздействия.

«Логика манипуляторов очевидна и закономерность просматривается однозначно: чем шире аудитория, на которую требуется оказать воздействие, тем универсальнее должны быть используемые мишени воздействия» [Доценко 1997, С. 115]. Это положение с полным успехом можно отнести к процессу речевой манипуляции в современном политическом дискурсе, существующем в СМИ, и в особенности на телевидении, которое является наиболее доступным и популярным средством масс-медиа, а потому имеет самую большую аудиторию.

Телевидение имеет уникальную способность изменять фундаментальные представления о роли социальной реальности. «Оно обладает этим даром благодаря тому, что не только отражает status quo, но и многократно преувеличивает существующие тенденции, телевизионные образы кажутся реальными, а людям доступно широкое использование телевидения…» [Берн].

Набольшим интерпретационным потенциалом «заряжен» лексико-семантический уровень языковой системы, поэтому одним из ярчайших средств речевого манипулирования становятся лексические единицы. Эффективность речевого общения требует умения обращаться со словом, причем творческого умения, которое порождает взаимодействие между значениями слов в тексте.

В целях речевого воздействия речь должна быть *эмоционально* оптимальной, то есть выражать чувства говорящего так, чтобы ярко, но ненавязчиво воздействовать на чувства слушающих. Средства эмоциональности и экспрессивности (выразительности) тем эффективнее, чем они самобытнее. При этом они должны быть актуальны не только для адресанта, но и для реципиента. Взаимодействие значений слов в речи создает мощнейший семантический фактор – **контекст**, который позволяет неограниченно варьировать значения слов, расширяет или изменяет стилистические свойства слова, наделяет слово способностью к эмоциональному воздействию на человека.

Итак, одним из основных источников выразительности речи является лексика, особенно слова, стилистически маркированные и коннотативные, (с субъективным «человеческим фактором»). Выбирая определенные номинации, автор стремится вызвать у слушающего соответствующий эмоциональный резонанс.

Отбор лексических средств связан с эксплицитным и имплицитным выражением оценок. **Экспрессивность** как явление речи позволяет воздействовать на сферу чувств слушающего, создает определенный эмоциональный отклик, который

запрограммирован автором при выборе лингвистических средств. Таким образом, экспрессивность может быть мощным оружием в процессе манипуляции.

Внимание зрительской аудитории привлекает постоянная апелляция к ассоциативной сфере и фоновым знаниям публики, что создает образность речи адресанта. *Выразительность, бесконечные «переливы» смысла, языковая игра, стилистические диссонансы,* переполняющие телевизионный дискурс, позволяют авторам / адресантам имплицитно подменять информацию оценкой (телеологического характера).

Зрители не чувствуют этой подмены, не ощущают ее, что и позволяет манипулировать ими. Можно сказать, что зритель «обманываться рад», поскольку эмоциональное состояние, внутренние установки, внешние реакции на события настолько тонко и точно просчитаны, спрогнозированы авторской интенцией, что словесная атака по этим «мишеням» не встречает зрительского сопротивления.

Телезритель целенаправленно или подсознательно стремится найти в любой передаче, шоу или кинофильме некую «историю» о себе. Просмотр телепрограмм – это формирование знания не только, а может быть, даже не столько о мире, сколько о себе. Внутренней «составляющей» любого человека является его отнесенность к своей стране, к своему народу, к своим корням… Телевизор – это своего рода окно, в котором видны все наши «родственники»; для многих телевизор – чуть ли не единственное средство коммуникации с внешним миром. То, что телезритель узнает о себе и своей Родине от «знакомых» людей, - тех, кого он видит регулярно на «голубом экране», тех, кому он доверяет,- и становится для него предметом самопознания, самоопределения

Чувство Родины складывается из этого единения - общего знания - жителей страны, владеющих одной информацией. Таким образом ответственность адресанта в случаях такого панобщения увеличивается тысячекратно.

Список литературы

1. Берн Э. Игры в которые играют люди (Психология человеческих взаимоотношений)//http://lib.ru/PSIHO/BERN/
2. Доценко Е.Л. Психологические манипуляции. М.,1997.