

Языковые специфика
манипулятивного воздействия
российских СМИ с **2014** по
2020 год



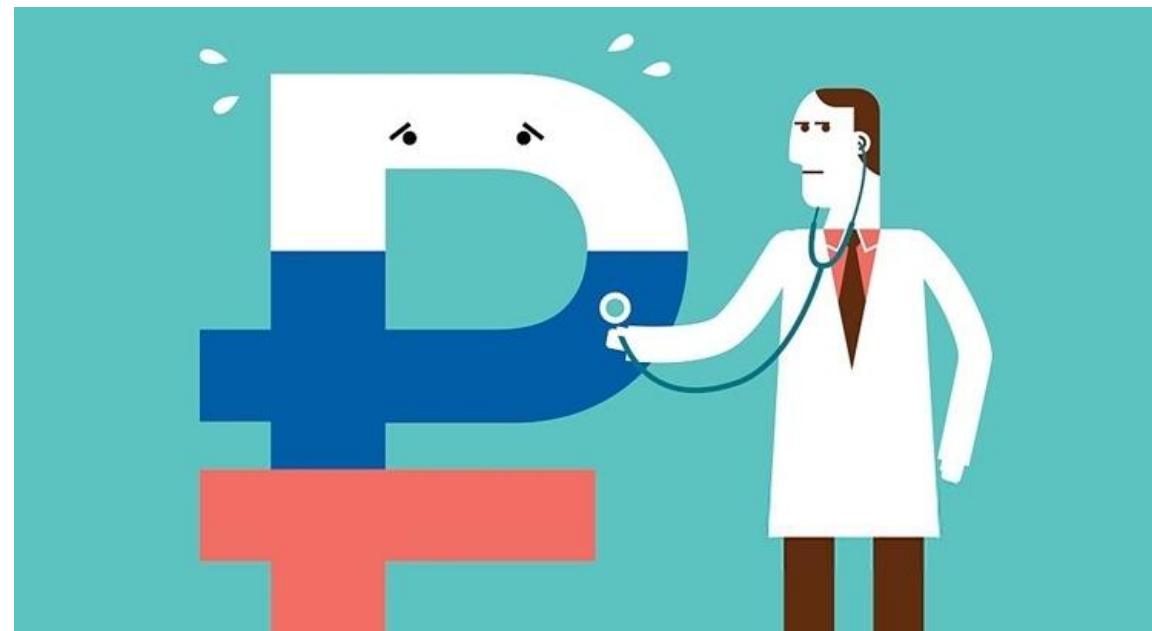
В этой части своей исследовательской работы будут рассматриваться речевая структура манипулятивного воздействия в СМИ, опираясь на работу Даниловой А.А. «Манипулирование словом в средствах массовой информации» (2011 г.), где был использован метод лингвистической оценки (на наш взгляд удачный) текстов и работу А. А. Васильева «Игры в слова. Манипулятивные операции в текстах СМИ» (2013 г.).



Основной задачей этапа будет выявление лексических особенностей и анализ структуры: применение того или иного ассоциативного ряда, синонимов, эвфемизмов, языковых штампов, модальности, эмоционально окрашенных слов, использование метафор, замалчивание контекста, апелляция к неназванным авторитетам, градация, анафора, повтор, перенос смыслового акцента, то есть выявление языковых механизмов манипуляции.



На наш взгляд наиболее распространённым приёмом языкового воздействия в российских СМИ является «опущение экспериенцера, пассивация перформативов» (по Данилиной) то есть замалчивание факта, конкретное событие как бы «оттеняется» (как правило негативное) более абстрактным, нейтрально далёким. Например, в сюжетах крупных телеканалов о ситуации вокруг цен на нефть используется манипуляторная риторика, где есть ссылки на анонимных экспертов, указание временности явления, преуменьшение последствий обвала рубля. Факты в телесюжетах являются подлинными, но подача меняет их восприятие, на языковом уровне зрителя пытаются успокоить и просят не паниковать, негативная повестка преобразуется в нейтральную.



Рассмотренные ранее способы воздействия на общественное сознание могут быть верифицированы частотным анализом (например контент-анализом), что позволит говорить об известной объективности сделанных утверждений.

