

ЭВФЕМИЗАЦИЯ ТЕКСТА КАК СРЕДСТВО МАНИПУЛЯЦИИ В СМИ**Папкова Н.В., Трутнев А.Ю.***МОУ СОШ «№ 64 им. Б. Ручьева», Магнитогорск, e-mail: nadezhda-papkva@mail.ru;**ФГБОУ ВПО «Магнитогорский государственный технический университет
им. Г. И. Носова», Магнитогорск, e-mail: slalex@inbox.ru*

Происходящие в обществе изменения, процесс модернизации, в том числе развитие интернет-технологий, находят своё отражение в различных языковых явлениях, в частности в эвфемизмах. Сегодня процесс эвфемизации является средством воздействия и манипуляции на сознание современного общества. Объектом манипулирования является человек, которому навязывают определенное мнение по той или иной проблеме. Сознание человека зачастую не способно противостоять манипулированию в условиях информационной агрессии и агитации. В данной статье доказывается, что эвфемизмы активно влияют на сознание и мышление людей. Появление эвфемизмов в СМИ свидетельствует об их особой роли в формировании определенной картины мира в сознании человека. Их использование способствует формированию определённого общественного мнения и новых оценок происходящего в обществе. В статье отмечается наличие различных приёмов манипулятивного воздействия в СМИ. С помощью эвфемизмов в СМИ, в том числе через Интернет, активно применяется тактика подмены и искажения информации, а также сокрытия нежелательных фактов. Большое объём информации в СМИ приводит к тому, что объект манипулирования часто не может вычленив в тексте истинный факт в том числе из-за концентрированного использования эвфемизмов.

Ключевые слова: эвфемизация, СМИ, интернет-коммуникация, манипулирование, воздействие на сознание

**THE EUPHEMISATION OF THE TEXT
AS A WAY OF MANIPULATION IN MASS MEDIA****Papkova N.V., Trutnev A.Y.***Boris Ruchiev Secondary State School № 64, Magnitogorsk, e-mail: nadezhda-papkva@mail.ru;**Nosov Magnitogorsk State Technical University, Magnitogorsk, e-mail: slalex@inbox.ru*

Changes in society, modernization, also the development of Internet technologies reflect the language units, for instance, euphemisms. Nowadays the process of euphemisation is one of the ways to influence on people's mind and manipulate modern society's consciousness. The object of manipulation is a human being. Mass media thrust the certain opinion on one's problem. Consciousness doesn't oppose the manipulation. So, the human being is the object of information aggressiveness and agitation. In this article we emphasize the fact that euphemisms influence on people's thoughts and consciousness. Euphemisms in mass media forms public opinion and new valuations in established situations in society. There are different methods of manipulating in mass media. In mass media through Internet due to euphemisms there are various tactics of information exchange, distortion of facts and concealment. A huge amount of information leads to the situation that the object of manipulation usually can't find in the text plain truth because of concentrated usage of euphemisms.

Keywords: euphemisation, mass media, Internet communication, manipulating, influence on consciousness

Язык – это постоянно развивающаяся структура, которая всегда отражает реакцию на изменения в жизни людей посредством определенных языковых явлений, в том числе эвфемизмов. В современном мире язык развивается интенсивно, что обусловлено процессом модернизации в обществе, а именно развитием интернет-технологий [4, с. 74].

Сегодня благодаря СМИ любое событие становится мировой новостью. Мир превращен в огромную сцену, которая требует особого внимания и реакции адресата. Существуют разные формы привлечения внимания и возникновения определенных эмоций у людей, в том числе с помощью интернет-коммуникации СМИ [9, с. 1289].

Являясь актуальным средством речевого воздействия и манипуляции сознания, процесс эвфемизации активно протекает в речи СМИ. Эвфемизмы широко используются как одно из лексических средств манипулирования в тексте. Рассмотрим применение эвфемизмов в СМИ как инструмента манипулятивного воздействия на массовую аудиторию.

Человек – это объект манипулирования, которому навязывают чьё-то мнение. Манипулирование как способ психологического воздействия нацелено на управление людьми через определенные установки, идеи и мотивы, которые выгодны субъекту манипулирования [13, с. 240].

Научный подход к изучению различных явлений действительности подразумевает,

в том числе, попытку их классификации для дальнейшего детального анализа. Надо отметить, что существуют разные подходы относительно выделения приёмов манипулирования массовой аудиторией. В рамках данной статьи мы склонны согласиться с весьма убедительной позицией В.Г. Крысько, который предлагает следующую классификацию:

– дозирование информации (предоставляется только часть информации, остальное скрывают, тем самым картина реальности искажается или становится непонятной);

– смешивание истинных фактов с различными предположениями, гипотезами, слухами (данный прием приводит к тому, что невозможно отличить правду от лжи);

– затягивание времени (под различными предлогами оттягивается предоставление важных фактов до того момента, когда уже нет возможности что-то изменить);

– ответный удар (придуманная версия событий, которая распространяется в СМИ: данная информация нейтральна по отношению к обеим конфликтующим сторонам, что делает эту повторяющуюся версию более «объективной»);

– своевременная ложь (сообщается лживая информация, но вполне ожидаемая в данный момент; потом обман раскрывается, но интерес к ситуации уже спадает или определенный процесс принимает необратимый характер) [7, с. 56].

Современная лингвистика рассматривает язык СМИ как мощное средство воздействия на массовое сознание, способы мышления и поведения, формируя оценочную картину мира человека. СМИ занимается направленным, систематическим распространением информации с целью воздействия на оценки, мнения и поведение людей посредством различных видов масс-медиа [11, с. 84].

О.А. Коробейникова обоснованно считает, что основным признаком манипуляции является скрытый характер воздействия на современное общество. Следовательно, объект манипуляции не должен заметить данного факта. Являясь средством языкового манипулирования, эвфемистические единицы выполняют следующие функции воздействия на массовое сознание: искажение и маскировка подлинных фактов, камуфлирование нежелательной информации. Основная задача СМИ – целенаправленно воздействовать на формирование общественного мнения с помощью реализации определенно заданного манипулятивного направления. Успешная реализация манипуляции возможна благодаря ориентации на массовую аудиторию [6, с. 157–158].

Маскировочные штампы в СМИ предназначены для порождения мифов в общественном сознании. Неприглядная реальность маскируется благодаря использованию эвфемизмов в текстах для скрытия подлинного состояния дел в обществе [2, с. 141].

Для современного публицистического стиля характерна эвфемизация журналистской речи. Эвфемизмы имеют эффективный манипулятивный потенциал для воздействия на читателей. Реализация манипуляции через использования эвфемизмов в тексте позволяет создать эффект неопределенности и двусмысленности. Для усиления воздействия на читателя журналист использует эвфемизмы в публикации концентрированно, что позволяет ему достичь намеченной цели. Читатель может вообще не обращать внимания на размытые по значению эвфемизмы, которые нейтральны и применимы к широкому классу объектов и явлений. Различные эвфемизмы в тексте являются «базой манипулирования массовым сознанием». Так, И.Г. Катенева верно отмечает, что эвфемизмы способствуют коррекции читательского мировоззрения и трансформации его системы ценностей [5, с. 105–109].

Эвфемизмы как прием языковой манипуляции СМИ способны скрывать, вуалировать номинации, которые в обществе имеют негативную оценку. Эвфемизмы отвлекают внимание читателя и манипулируют истинную сущность явления при помощи создания положительной или нейтральной коннотации. В современном социуме обилие информации в СМИ приводит к тому, что объект манипулирования обычно не может вычленив эвфемизм из контекста, тем самым идентификации истинного факта не происходит [1, с. 17].

В работе Н.В. Прядильниковой подтверждается тот факт, что эвфемизация речи является удобным средством манипулирования общественным сознанием, препятствуя критическому восприятию действительности и адекватному пониманию истинного положения дел. Употребление эвфемизмов помогает создать видимость общественного «компромисса» в публицистическом стиле [10, с. 147].

Кроме того, стоит отметить, что эвфемизмы являются культурологической составляющей языка, способствующей выработке у адресата активной познавательной и жизненной позиции для формирования мотивов вхождения в различные структуры языка. Знание эвфемизмов способствует формированию высокого уровня

языка и понимания сложных смысловых структур [3, с. 223].

В печатных СМИ, отражающих политические установки, эвфемизмы играют манипулятивно-управленческую функцию. Сознание человека зачастую не способно сопротивляться манипулированию, тем самым человек становится объектом информационной агрессии и агитации. При помощи использования эвфемизмов легче склонить гражданина на ту или иную сторону. Применение в политических публикациях современных подходов к манипуляции и управлению массами делают возможным появление в сознании человека различных и необходимых манипулятивных картин мира [12, с. 164].

Распространение эвфемизмов в СМИ свидетельствует об их значимости и особой роли. Следует добавить, что под их влиянием формируется общественное мнение и новые оценки [8, с. 28].

Анализ процесса эвфемизации устной и письменной речи журналистов, позволяет сделать вывод о двойственном характере данного лингвистического явления: с одной стороны это попытка ухода от использования от прямолинейного и жёсткого отображения действительности, с другой – достаточно эффективный способ воздействия на аудиторию и получения желаемого результата. Благодаря функционированию манипулятивного инструмента, в СМИ успешно применяется тактика подмены понятий и скрытия нежелательной информации при помощи эвфемизмов. Активное, продуктивное использование эвфемистических единиц как удобного, эффективного средства манипулятивного воздействия способствует искажению фактов объективной действительности, формируя в сознании людей неточные и размытые обозначения.

Список литературы

1. Беляева И.В., Куликова Э.Г. Манипулятивное искажение: лингвистический смысл эвфемизмов // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 22 (160). – Серия Филология. Искусствоведение. Челябинск, 2009. – Вып. 33. – С. 15–20.
2. Васильев А.Д. Манипулятивный эвфемизм как атрибут дискурса СМИ // Вестник Красноярско-

го государственного педагогического университета им. В.П. Астафьева. – Красноярск, 2010. – № 1. – С. 150–161.

3. Давлетова Ф.Р., Плотникова Е.Б. Социальное обогащение студентов в процессе обучения иностранному языку с учетом принципов природосообразности и культуросообразности // Сибирский педагогический журнал. – 2007. – № 13. – С. 217–223.

4. Димаков Д.А., Трутнев А.Ю. Интернет-коммуникация на английском, французском и русском языках // Вестник магистратуры. – 2013. – № 5 (20). – С. 74–76.

5. Катенева И.Г. Манипулятивный потенциал эвфемизмов на страницах современных периодических изданий // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. – Новосибирск, 2013. – Т. 12. – № 6. – С. 105–110.

6. Коробейникова О.А. Политические эвфемизмы как способ языковой манипуляции // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2010. – № 10. – С. 157–161.

7. Крысько В.Г. Секреты психологической войны / цели, задачи, методы, формы, опыт. – Минск, 1999. – 448 с.

8. Лазаревич Е.М. Употребление эвфемизмов с функцией политкорректности в публицистических текстах (на материале английского языка) // Вестник Томского государственного университета. – Томск, 2014. – № 378. – С. 25–29.

9. Макашова В.Н., Трутнев А.Ю., Новикова И.Н., Ганиева Л.Ф. Педагогические, психологические и лингвистические аспекты проблемы киберэкстремизма среди молодежи в вузе // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 12–6. – С. 1289–1293.

10. Прядильникова Н.В. Эвфемизация речи в социокультурном аспекте // Вестник Самарского государственного аэрокосмического университета им. Академика С.П. Королева. – Самара, 2006. – № 3 (11). – С. 143–149.

11. Сазонова М.И. Роль СМИ в формировании ценностных ориентиров индивида // Теория языка и межкультурная коммуникация. – 2010. – № 7. – С. 82–85.

12. Смирнова Ю.Л. Политический эвфемизм как составляющая языка СМИ в предвыборных кампаниях демократических стран // Политическая лингвистика. – 2010. – № 4. – С. 163–165.

13. Цыбуляк О.Д. Эвфемизмы как манипулятивный инструмент СМИ в политическом дискурсе // Вестник Челябинского государственного университета. – Челябинск, 2013. – № 22 (313). – С. 239–243.