

Литература

1. Андреева С. Л. Потенциал понятия «фреймирование» для когнитивной лингвистики // Русистика и компаративистика: сб. науч. тр. по филологии / гл. ред. С. А. Васильев. М.: ООО «Книгодел», 2017. С. 159–174.
2. Маклюэн М. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры. Киев: Ника-Центр, 2004. 432 с.
3. Семеновских Т. В. Феномен «клипового мышления» в образовательной вузовской среде [Электронный ресурс] // Вестник евразийской науки. 2014. № 5(24). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-klipovogo-myshleniya-v-obrazovatelnoy-vuzovskoy-srede> (дата обращения: 17.06.2023).
4. Твенге Д. Поколение I. Почему поколение Интернета утратило бунтарский дух, стало более толерантным, менее счастливым и абсолютно не готовым ко взрослой жизни / пер. с англ. А. Толмачева. М.: Группа Компаний «РИПОЛ классик», 2019. 406 с.
5. Тоффлер Э. Третья волна. М.: ООО «Фирма «Издательство АСТ», 2004. 261 с.
6. Чечиль Е. А. Клиповое мышление как фактор возникновения трудностей при работе с текстом на занятиях РКИ // Актуальные проблемы русского языка и методики его преподавания в иностранной аудитории: материалы IV междунар. науч.-практ. конф. (Орел, 20 мая 2022 г.). Орел: ООО «Картуш», 2022. С. 207–212.

УДК 811

*А. В. Михайлина, А. Р. Минсафина (Дмитровград, Россия)
Дмитровградский инженерно-технологический институт –
филиал НИЯУ МИФИ*

Манипуляция как объект лингвистики

В статье рассматриваются различные виды манипуляции, в частности манипуляция в СМИ и в политической риторике. Авторы анализируют лингвистические средства, используемые при манипуляции, такие как эмоциональная окраска, обобщение и упрощение информации. Освещаются последствия манипуляции для общества, постулируется необходимость осознанного отношения к этой практике.

Ключевые слова: манипуляция, лингвистика, язык, речь

Целью данной статьи является изучение языковых средств, которые используются для манипуляции, и анализ их влияния на коммуникацию и восприятие сообщений. Для достижения цели будет проведен анализ конкретных примеров манипулятивной речи в различных контекстах (политика, реклама, медиа и т.д.) с целью выявления общих закономерностей и особенностей.

Манипуляция – это вид скрытого психологического воздействия на адресата с целью изменения системы его взглядов, мнений, поведения в интересах манипулятора.

В лингвистике манипуляция относится к использованию языка и речевых средств с целью убеждения или воздействия на сознание и поведение других людей.

Понятие манипуляции в лингвистике изучено мало, а имеющиеся сведения довольно разрозненны. Ученый В. И. Карасик понимает речевую манипуляцию как нарушение аргументации — псевдоаргументацию [1, с. 8]. Другой ученый, Т. М. Николаева, говорит о манипуляции в лингвистике как о средстве воспитания в ситуации «коммуникативного саботажа» и лингвистической демагогии, средстве достижения целей посредством убеждения [2, с. 32].

Предпосылками использования лексических средств в целях манипуляции выступают следующие факторы:

- полисемия, допускающая речевую многозначность либо двусмысленность (примером полисемии может быть слово «банк», которое имеет несколько значений: «финансовое учреждение», «место хранения чего-либо в большом количестве», «в азартных играх – поставленные на кон деньги»);

- приобретение словом в некоторых контекстах косвенного смысла, отличного от его значения в системе языка («кот в мешке» – в данном случае слово «кот» не имеет прямого отношения к животному);

- наличие у слова переносного значения (например, «тяжелый характер»);

- нечеткость, размытость границ понятия, лежащего в основе лексического значения слова, что ведет к невозможности разграничить объемы значений слов, близких по семантике;

- присущие некоторым словам дополнительные компоненты значений (например, слова «любовь», «ненависть», «страх», которые кроме основного значения несут еще и эмоциональную окраску);

- возможность переструктуризации состава слова при его переносном употреблении (например, «сердцеед» в переносном смысле – обозначение человека, который умеет очаровывать и завоевывать сердца других людей);

- специфический акт номинации, а именно наречение именем одного объекта другого объекта с целью введения в заблуждение и направление восприятия в ложную сторону (примером может служить наречие «случайно» в высказывании «Он случайно оказался в том районе в момент нападения», хотя в действительности он туда пришел намеренно).

Е. В. Гананпольская считает, что манипулятивный диалог представляет собой диалог, осуществляемый не с целью информирования, а с целью оказания воздействия. Говорящий использует возможности языка с целью навязать слушающему определенное представление о действительности, отношение к ней, эмоциональную реакцию или намерение, не совпадающее с тем, какие слушающий мог бы сформировать самостоятельно. Иными словами, осуществляя особый способ подачи информации, используя разнообразные возможности языка, адресант подбирает косвенные, иносказательные способы подачи ин-

формации с целью навязать адресату определенное представление о действительности и скрыто, но эффективно воздействовать на него в нужном для адресанта направлении [3, с. 160].

Манипуляция может использоваться в различных контекстах: в политическом дискурсе, рекламе, массовой коммуникации и т.д. Она может осуществляться с помощью таких приемов, как использование эмоционально окрашенной лексики, иронии, косвенных выражений, преувеличения и др. Примером использования приема преувеличения может быть следующий: «Там было столько народу, что я не мог найти место поставить свой бокал».

В рекламе манипуляции могут включать использование особых приемов, таких как преувеличение характеристик товаров или услуг, использование знаменитых личностей и создание ложных потребностей у потребителей («Наша новая зубная паста гарантированно убьет 99,9% бактерий в вашей полости рта»). Такие манипулятивные приемы могут использоваться в основном для создания у потенциальных потребителей неверных убеждений или ложных ожиданий, чтобы привлечь их внимание к продукту или услуге.

В СМИ манипуляции могут происходить в результате подачи информации в определенном ключе, направленном на формирование определенного мнения или убеждения у читателей, слушателей, зрителей. Также могут использоваться такие приемы, как выбор искаженных фактов или преувеличение рисков и угроз для создания эмоционального резонанса («Если вы не купите нашу защитную маску, вы рискуете заразиться смертельным вирусом, который уже унес жизни миллионов людей по всему миру»).

Более тонкие приемы лингвистической манипуляции связаны с использованием игры слов, включением в высказывание различных риторических и стилистических элементов для создания определенного эффекта (например, в высказывании: «Я не знаю, как вы, но я всегда считал, что жизнь – это как коробка шоколадных конфет. Никогда не знаешь, какой вкус тебе выпадет – молочный шоколад с орехами или горький шоколад с карамелью, однако они все вкусные и доставляют удовольствие» – используется метафора, которая сравнивает жизнь с коробкой шоколадных конфет с разными вкусами, чтобы показать, что жизнь может быть разной, но все ее аспекты могут быть привлекательными и приятными, – это создает определенный эффект, который может вызвать у слушателя или читателя положительные эмоции и чувства).

Таким образом, манипулирование рассматривается как своеобразный способ социальной регуляции, управления, контроля и детерминации жизни личности при помощи различных средств: экономических, политических, социальных. Умение распознавать манипулятивные приемы в речи может помочь людям избежать неверных коммуникативных решений и повысить их языковую грамотность.

Литература

1. Ганапольская Е. В. Воздействие диалогической речи на адресата // Речевое общение: искусство убеждать. СПб., 1999. С. 6–35.
2. Карасик В. И., Сентенберг И. В. Псевдоаргументация: некоторые виды речевых манипуляций // Речевое общение и аргументация. Вып. 1. СПб., 1993. С. 30–38.
3. Николаева Т. М. Лингвистическая демагогия // Прагматика и проблемы интенциональности. М., 1988. С. 154–166.

УДК 811.161.1

*В. О. Редькина (Киров, Россия)
Вятская православная гимназия*

Редуцированные гласные Ъ (ер) и Ы (ерь) в истории русского языка

В статье рассматривается вопрос о редуцированных гласных **ъ** и **ы**, описываются характеристики этих сверхкратких древнеславянских звуков. Изучается процесс утраты редуцированных **ъ** и **ы**, его влияние на фонетический строй и морфологическую систему современного русского языка.

Ключевые слова: история русского языка, редуцированные гласные **ъ** и **ы**, следствия утраты редуцированных

В памятниках старославянской письменности, дошедших до нас, отражаются звуковые явления различного времени. Прежде всего в них можно обнаружить звуковые особенности, присущие языку переписчиков памятников. Эти звуковые особенности отражают в какой-то мере фонетические черты славянских говоров конца X–XI в., поскольку все дошедшие до нас памятники относятся к этому времени и написаны в разных славянских областях. Так, например, «Киевский миссал», несомненно, отражает западнославянские фонетические особенности, а звуковые черты «Остромирова евангелия» позволяют считать его писца восточным славянином. Большинство остальных старославянских памятников отражает особенности древнеболгарских говоров. Памятники письменности позволяют также судить о фонетической системе старославянского языка эпохи его создания – эпохи Кирилла и Мефодия, т.е. о фонетической системе второй половины IX в. Кроме того, в древних текстах отражаются и звуковые явления, которые возникли в еще более ранний, дописьменный период, и многие из этих явлений относятся к праславянской эпохе. Таким образом, звуковые явления старославянского языка могут быть отнесены к трем различным эпохам: дописьменному, отчасти праславянскому времени; к эпохе создания старославянского языка (вторая половина IX в.), к эпохе написания дошедших до нас памятников (конец X–XI в.).