

## РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В ПРОЦЕССЕ МЕДИАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

*Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект №16-18-02032)*

*Теория речевого воздействия рассматривается как один из методологически возможных способов понимания специфики процесса медиатизации. Описывается инструментарий анализа медиатекстов в контексте теории речевого воздействия, и на материале медиатекстов, освещающих русско-украинский конфликт, делаются выводы о характере речевого манипулирования в текстах СМИ.*

**Ключевые слова:** медиатизация; медиатекст; теория речевого воздействия.

Анализ современных информационных потоков немаловажен без понимания сути явления речевого воздействия и признания его значительной роли. Журналистский текст является основным агентом в процессе медиатизации его потребителя, при этом его лингвистические и экстралингвистические особенности определяют качество и вектор формирования ментально-языковой картины мира реципиента. Важнейшей методологической проблемой в этом случае становится определение внятных верифицируемых параметров, способных проанализировать, классифицировать и описать эти изменения в обществе. С нашей точки зрения, частично эта задача может быть решена с помощью учета достижений теории речевого воздействия и манипулирования.

«В большинстве случаев под речевым воздействием понимают речевое общение, взятое в аспекте его целенаправленности, мотивационной обусловленности, планируемой эффективности» [15. С. 7]. Речевое воздействие в широком смысле – воздействие на индивидуальное или коллективное сознание и поведение, осуществляемое разнообразными речевыми средствами, иными словами – с помощью сообщений на естественном языке. Иногда под понятие речевого воздействия подводят также использование сообщений, построенных средствами так называемых паралингвистических семиотических систем, к которым относятся, прежде всего, жесты, мимика и позы; эстетические коды словесного творчества (например, стилистические коды и система интертекстуальных ссылок); а также, в случае письменной коммуникации, средства графического оформления текста (метаграфемика) [20].

В узком смысле, который на практике встречается гораздо чаще, под речевым воздействием понимают использование особенностей устройства и функционирования перечисленных знаковых систем, и прежде всего естественного языка, с целью построения сообщений, обладающих повышенной способностью воздействия на сознание и поведение адресата или адресатов сообщения [20].

С. В. Броженко предлагает понимать под речевым воздействием «однонаправленное влияние на знания, намерения и установки “слушающего/читающего” с целью внесения выгодных для “говорящего” изменений, при котором задействованы как вербальные, так и невербальные средства» [12].

Как утверждает И. А. Стернин [22], эффективность речевого воздействия определяется достижением или не достижением говорящего поставленной цели. Все цели в общем виде можно разделить на три группы:

1. Информационная – говорящему важно донести информацию до собеседника и удостовериться, что она получена.
2. Предметная – что-либо получить, узнать, изменить в поведении собеседника.
3. Коммуникативная – установить определенные отношения с собеседником. Например, установить или поддержать контакт, возобновить или завершить контакт.

Таким образом, по И. А. Стернину, эффективное речевое воздействие – это такое воздействие, которое позволяет говорящему достичь поставленной цели и сохранить баланс отношений с собеседником. Но при этом речевое воздействие может оказываться с целью побуждения адресата совершить какое-либо действие, не всегда для него выгодное. Для достижения этого говорящий может прибегнуть к манипуляции.

Важным теоретическим разграничением в науке о речевом воздействии является разграничение речевого воздействия и манипулирования.

И. А. Стернин разграничивает понятия речевого воздействия и манипулирования так: «Речевое воздействие есть воздействие на человека при помощи речи с целью побудить его сознательно принять точку зрения другого человека, *сознательно* принять решение о каком-либо действии, передаче информации и т. д. Манипулирование – это воздействие на человека с целью побудить его сообщить информацию, совершить поступок, изменить свое поведение и т. д. *бессознательно* или вопреки его собственному мнению, намерению» [15. С. 9].

Согласно точке зрения И. А. Стернина, наука о речевом воздействии должна включать в себя не только средства собственно речевого воздействия, но и средства манипуляции, поскольку человеку в различных ситуациях иногда приходится использовать и то и другое.

В научной литературе существует целый ряд определений речевой (языковой) манипуляции, учитывая все дефиниции, Г. А. Копнина предлагает следующее определение: «речевая (языковая) манипуляция (манипулирование) – разновидность манипулятивного воздействия, осуществляемого путем искусного использования определенных ресурсов языка с целью скрытого влияния на когнитивную и поведенческую деятельность адресата» [17. С. 24].

Основополагающим в речевом манипулировании является манипулятивное намерение, которое и определяет ситуацию как манипулятивную. Действия для реализации этого намерения называют манипулятивной попыткой (неудавшаяся манипуляция) или манипулятивным воздействием (удавшаяся). Принципиально важный момент организации манипулятивного воздействия – установление контакта и формирование аттракции, на фоне которой и осуществляется внедрение в сознание адресата. Затрагивая проблему формирования аттракции к определенному СМИ у аудитории, необходимо для начала определить, какие критерии способствуют превращению потенциальной аудитории в реальную. К числу этих критериев относят: общность качеств, чувств, потребностей, интересов, жизненных позиций. Также можно отнести традиции, стереотипы, ценностные ориентации, «опредмеченные» в текстах СМИ в форме «примеров из жизни».

Г. А. Копнина под тактикой речевого манипулятивного воздействия понимает «такое речевое действие, которое соответствует определенному этапу в реализации той или иной стратегии и направлено на скрытое внедрение в сознание адресата целей и установок, побуждающих его совершить поступок, выгодный манипулятору. Под манипулятивным речевым приемом понимается способ построения высказывания или текста, реализующий ту или иную манипулятивную тактику» [17. С. 33].

В настоящий момент не существует единой утвержденной классификации, но в научной литературе предпринимались попытки классифицировать манипулятивные стратегии и тактики. Так, например, О. Л. Михалева, исследуя политический дискурс как сферу реализации манипулятивного воздействия, выделила три стратегии: стратегия на понижение, стратегия на повышение и стратегия нейтральности. Каждая осуществляется при помощи определенных тактик [19].

Однако наиболее перспективной считается классификация речевых стратегий (тактик), основанная на соблюдении или нарушении правил речевого поведения. Исходя из этого, выделяют кооперативные речевые стратегии и тактики (соблюдающие правила речевого общения) и некооперативные (нарушающие правила). Так как манипулятивные стратегии используются с корыстными целями, можно говорить о некооперативном характере манипулятивных стратегий.

Одними из наиболее типичных речевых (риторических) приемов, используемых с целью манипуляции, являются паралогические приемы, представляющие собой осознанное и целенаправленное отклонение от законов и правил формальной логики. Стоит отметить, что логические ошибки, совершенные в результате непреднамеренного нарушения формальной логики, не являются манипулятивным приемом. Также необходимо помнить, что паралогические приемы могут использоваться и с неманипулятивной целью. Все зависит от намерения говорящего. Если имеет место манипуляция, то намерение состоит во внедрении в подсознание нужной информации, побудив тем самым к совершению выгодных для манипулятора действий.

Виды паралогических приемов [17. С. 36]:

1. Приемы, основанные на несоблюдении закона достаточного основания, который гласит: всякая правильная мысль должна быть обоснована другими мыслями, истинность которых доказана. Сюда также относят прием отождествления кого-либо с негативно оцениваемой группой и проведение неправомερных аналогий.

- Прием программирующей номинации (предвосхищение вывода или намеренное опережение событий). Состоит в предвосхищении событий, т.е. события описываются как уже свершившиеся.

- Прием создания комплексной эквивалентности. Основан на использовании лексем *значит, соответственно, таким образом, из этого следует и т.п.* для гипотетической выдачи аксиомы.

- Подразумеваемая причинность. Это схожий с предыдущим прием, заключающийся в сцеплении высказываний в таком порядке, что адресат при их восприятии устанавливает подразумеваемые причинно-следственные отношения, которых в реальности может не быть.

- Трюизмы – это слова, которые ставятся перед информацией, которую нужно внедрить в сознание адресата. Трюизмами являются банальные фразы и избитые истины. Они помогают усыпить подозрительность. Основная информация подается с такой же спокойной интонацией, тогда читатель не только не забывает эту информацию, но он будет «переживать, терзать себя, пока не согласится»

- Универсальные высказывания – это те, которые невозможно проверить. В их основе лежит поспешное обобщение. Исследователи называют этот прием также бездоказательным утверждением.

- Импликатуры или скрытые генерализации вынуждают адресата неосознанно восполнять невысказанные суждения.

- Перенос мнения нескольких людей на представительную группу.

- Преподнесение верного при определенных условиях как верное всегда.

- «Замкнутый круг» в доказательстве.

- Обозначение слов оппонента как таких, которые не соответствуют истине. Основным средством здесь является выражение так называемый и некоторые его синонимы в сочетании с иронической интонацией, на письме выражаемая кавычками.

- Сопоставление (или противопоставление, или соединение) логически неоднородных понятий.

2. Приемы, основанные на несоблюдении закона тождества, который гласит: каждая мысль в процессе данного рассуждения должна иметь одно и то же определенное, устойчивое содержание. Этот закон позволяет избежать расплывчатости, беспредметности суждений.

- Подмена тезиса («коммуникативный саботаж», тематическое переключение), «логическая диверсия»).

- Сужение и расширение тезиса.

3. Приемы, основанные на несоблюдении закона противоречия, который гласит: две противоположные мысли об одном и том же предмете, взятом в одно и то же время и в одном отношении, не могут быть одновременно истинными.

- Ложная аргументация, т.е. в качестве аргументов используются доводы, построенные с нарушением логики.

Также к манипулятивным относят приемы, основанные на пропуске, умолчании информации и, напротив, внесении излишней информации, что вводит адресата в заблуждение, формирует не относящиеся к делу вопросы и мнения. Также в результате этих приемов слушающий оказывается сбитым с толку из-за предположения, что в этой излишней информации присутствует особый смысл.

При попытке на практике обнаружить «следы» речевого манипулирования, мы придерживаемся «рабочей» задачи выявления приемов речевого воздействия и манипулирования на разных уровнях текста, не ставя специальной цели комплексного восстановления коммуникативной манипулятивной стратегии, хотя характер материала (тексты, освещающие конфликтную ситуацию на Украине) позволяет предполагать ее существование. Мы обозначим некоторые тактики преобразования информации, способы ее подачи и обратим особое внимание на паралогические риторические приемы речевого манипулирования. К сожалению, реальная политическая ситуация отношений России и Украины обуславливает появление в текстах СМИ материалов, не просто воздействующих на сознание, но и каким-либо образом перестраивающих его в нужную сторону. Можно предположить различные мотивы для таких действий. Например, усиление патриотических чувств, и, соответственно, развенчание идей Запада ради того, чтобы в конечном итоге призвать к активным боевым действиям или укрепить власть правительства, т. е. совершить не-

выгодное для адресата действие. Причем, крайне важно, чтобы индивид, являясь пассивным наблюдателем происходящего конфликта на Украине, чувствовал, что эту перестройку сознания он совершил самостоятельно, что это его личное мнение. И в таком случае мы говорим именно о манипулировании.

Для анализа мы привлекли материалы информационного агентства РИА Новости и «Российской газеты» как оперативных ресурсов, известных в массах и пользующихся определенной степенью доверия читателей, что в совокупности является достаточным для признания их каналами медиатизации общества.

Рассмотрим ряд способов и приемов речевого манипулирования в этих текстах. Часто способ подачи информации в текстах можно охарактеризовать как дробление и искажение / преувеличение информации: «Донецк обстреливают, ополченцы не дают украинским силовикам продвигаться» [8]. В одном материале могут находиться противоречащие друг другу факты: сообщение «народного мэра» Славянска Вячеслава Пономарева о том, что противник несет потери численностью 650 человек, из них 13 сотрудников ФБР и ЦРУ убиты расходится с цитатой из официального микро-блога Twitter посольства США – «ни одного сотрудника ведомства не было убито на Украине. Заявления пророссийских активистов о том, что этот факт имел место, не соответствует действительности». Материал не содержит более никаких аргументов, фактов, подтверждающих или опровергающих эту информацию, а читатель остается даже не в ситуации открытого финала, предполагающего внутреннюю полемику с автором, а в ситуации неразрешимой без эмпирической базы дилеммы. Достаточно распространен вариант искажения информации: «Каждый житель Славянска – это потенциальный ополченец» (В. Пономарев) [6]. Явная плюрализация – не каждый житель города может стать ополченцем – тем не менее выполняет главную смысловую нагрузку: демонстрацию силы и, что в этой ситуации является еще большей силой, единства жителей. Плюрализация часто становится основой для утверждений следующего типа: «Но общее настроение ужасное. Столько погибших. Говорят одно, но мы-то знаем, что намного больше людей погибли». Здесь «мы» подразумевает «все». Этот прием как будто говорит о том, что на самом деле все жители Украины располагают реальными данными, знают правду, имеют все одинаковое настроение и все это прямо противоположно тому, что говорят СМИ [3].

Как результат особой специальной работы с информационным потоком можно отметить прием обозначения социальной институции вместо указания на конкретных людей для придания большей объективности материалу: «Киев, словно спохватившись после таких результатов, срочно собрал “круглый стол” с участием представителей еврокомиссии. Позвали всех – от депутатов до Яценюка и Турчинова» [5]. Материал под названием «Страшно, Женя, страшно!» [3], вышедший 15 мая 2014 года, представляет собой диалог дочери, находящейся в Москве, с матерью, живущей в Мариуполе. Жанрово текст оформлен как бытовой разговор, вследствие чего искажение информации представляется чуть ли не естественным процессом: «Петя по телефону рассказывал, что добровольцем помогал выносить тела из ГУВД. Говорит, никак не меньше сотни погибших... А официально сколько? МВД Украины отрапортовало: семь человек погибли». Явное преувеличение числа погибших, искажение пропорции между официальными данными и «реальными» делают невозможным реконструкцию объективной картины происходящего.

Не менее частотны приемы умолчания: из слов премьер-министра Украины Арсения Яценюка о том, что обещание правительства «амнистировать участников протестов на востоке страны, взявших в руки оружие, если они не совершили тяжких преступлений и разоружатся», остается в силе, не становится ясно, в каком случае и при каких условиях амнистия все же будет получена, как будет доказываться факт невиновности и т. д.; такой же прием в соединении с бездоказательностью: «Мы каждый день слышим о каких-то мифических трупах, о каких-то воронках от сброшенных бомб. Мы, журналисты ездим на место и убеждаемся во лжи» [6]; «Потом я узнал, что у Губарева просто не хватает информации, чтобы оценить обстановку и дать хоть какой-то комментарий» (вывод ничем не подкреплен); «Посидели, поговорили. – Народ с нами. А значит, мы победим! – заявил мне Павел» [5]; «Отношения будут более жесткими, и они будут исключительно с учетом наших национальных интересов» [9] (не конкретизированы интересы, и следовательно вся фраза целиком имеет агрессивно-угрожающую модальность).

Необходимость особенно тщательно подходить к вопросу отбора информации приводит к интенсификации приема селекции информации, т. е. подачи под определенным углом зрения. Алек-



сандра Бригинц, заявитель: «Я убежден, что гонорар в размере 15,4 миллиона гривен, который Янукович отметил в декларации о доходах, это обычный “откат” или взятка. Украинцы должны знать всю правду о Януковиче и “золотых батонах” в его каморках» [1]. В подтверждение этому мнению не приводится ни единого факта. В рамках этого материала ни одно слово не развенчивает позицию «Янукович – взяточник и вор», а приписка в виде цитаты самого Януковича о том, что весь полученный гонорар он отправит больным детям, звучит крайне неубедительно. Частичное сокрытие информации можем увидеть в материале «Появились новые доказательства причастности Киева к трагедии в Одессе» [4]: «А 5 мая украинский писатель и аналитик Дмитрий Дзыговбродский в прямом эфире видеоканала Pravda.Ru заявил, что всем исполнителям “заказа” в Одессе уже “выданы денежные премии от губернатора Одессы Немировского”». Такое заявление писателя выглядит очень голословным, поскольку далее не подтверждается никакими данными в этом материале.

Очень часто во всех смыслах спорная информация подается как априорная, известная журналисту в полном объеме, что формирует квазидоверие к тексту: «Я сам заснял на видео армейский хаммер с бравыми заокеанскими инструкторами на борту. Белозубые улыбки. Жуют жвачку и получают немаленькие командировочные. Конечно, меньше, чем в Ираке, но больше, чем в Косово» [5], или предвосхищает вывод: «Этот народ тоже непобедим! Я в осаде, Юрий, – удивлялся Грэм» [5]. Вариацией вышеназванного является прием обозначения слов оппонента как не соответствующих истине: «Стреляют в спину “защитники” наши, “патриоты” Украины» [3]. Здесь мы видим явное ироническое отношение к местным вооруженным силам, позиционирующим себя как «защитники», с явным указанием на то, насколько это звание расходится с противоправными и несправедливыми действиями, которые они совершают.

Авторами текстов используется прием имплицатуры, заставляющий адресата самостоятельно выстраивать суждение: «Назначенный главой МВД после смены власти на Украине Арсен Аваков ранее заявлял, что во время столкновений 9 мая в Мариуполе был похищен начальник милиции Валерий Андрощук. По словам кандидата в президенты Украины, народного депутата Олега Ляшко, Андрощук может находиться уже в Донецке» [2]. О том, кем же был похищен начальник милиции, в высказывании умалчивается, но несложно предположить, что это действие могли совершить только группировки, настроенные против правительственных структур. Другой пример приема имплицатуры или скрытой генерализации, вынуждающий адресата неосознанно восполнить невысказанное суждение: «Наташка рассказывала, что ехала на машине – стоят блокпосты. И прямо в машину с автоматами залезают. А у нее там ребенок...» [3]. Далее читатель легко может предположить, какова была реакция ребенка. Таким образом, в сознании адресата складывается образ вооруженных и опасных бандитов, не щадящих ни детей, ни женщин.

В качестве механизмов создания текстовой «квазиреальности» в идеологически верной тональности и с «правильным» вектором мотивации используется целый спектр приемов речевого манипулирования: прием переноса мнения нескольких людей на представительную группу – «Никто не верил в Донецкую республику» [5]; пример аллюзии на исторический факт – «Вот тут республике и развалиться бы. Растаять в анналах истории как ремейк десятков республик времен Гражданской войны» [5], отсылка к гражданской войне не случайна, ведь у многих уже возникали собственные мысли о схожести двух событий; прием программирующей номинации – «Короче, этот референдум войдет в историю не только как самый обстреливаемый, но и как самый дешевый» [5], при этом информация подобного рода поступает до начала собственно события; прием пресуппозиции с помощью риторического вопроса – «Армия воюет с собственным народом. Это ли не гражданская война?» [5], в этом случае читателю внушается мысль о том, что на Украине идет гражданская война; пример соединения неоднородных понятий, который относится к приемам, основанным на несоблюдении закона достаточного основания – «К нему и в рюкзак залезали и заглядывали в голубые глаза. Бюллетеней не было» [7], абсурдна ситуация, когда пограничники при проверке багажа ищут не опасные предметы и вещества, а листки бумаги; пример универсального высказывания, в основе которого лежит поспешное обобщение – «На Украине больше не существует армии» [10], журналист, обозначая проблему существования в армии ситуации политического и гражданского самоопределения и морального разлада, метонимически отрицает существование армии как института в целом, что истине, конечно же, не соответствует.

Очевидно, что современные СМИ активно используют приемы и методы речевого воздействия, подтверждением этому может послужить большинство материалов, опубликованных на сайте «Российской газеты» и агентства РИА-Новости. В целом можно прийти к следующим выводам:

1. При «наивном» восприятии такого рода информации, в отсутствие сформированного адекватного критического отношения к таким информационным сообщениям процесс медиатизации общества, осуществляемый через приемы речевого воздействия и манипулирования, следует признать культурологически и мировоззренчески опасным.

2. Рассматривая методологический инструментарий теории речевого воздействия как инвариант анализа процесса медиатизации, мы устанавливаем только один полюс его протекания – в данном случае признаваемый отрицательным с этической и нравственной точки зрения. Но как процесс ментальной медиатизация включает в себя и «отрицательный» опыт.

3. Логика процесса медиатизации общества заключается в формировании типа языковой личности, способной критериально дифференцировать агрессивные вызовы медиареальности и рефлексивно-критически противопоставлять негативным влияниям информационной среды модель эталонного, с точки зрения личности, медиадискурса.

### Список литературы

1. Депутат: ГП Украины выяснит, за что Янукович получил крупный гонорар. – URL: <http://ria.ru/world/20140512/1007442196.html> (дата обращения 18.05.2014).
2. Назначен новый и.о. главы милиции Мариуполя. – URL: <http://ria.ru/world/20140511/1007343507.html> (дата обращения 18.05.2014).
3. Петин, В. «Страшно, Женя, страшно!» / В. Петин. – URL: <http://www.rg.ru/2014/05/15/mariupol.html> (дата обращения 16.05.2014).
4. Появились новые доказательства причастности Киева к трагедии в Одессе. – URL: <http://www.rg.ru/2014/05/06/dokazatelstva-anons.html> (дата обращения 16.05.2014).
5. Снегирев, Ю. Бои не местного значения / Ю. Снегирев. – URL: <http://www.rg.ru/2014/05/15/situaziya.html> (дата обращения 18.05.2014).
6. Снегирев, Ю. Фашизм сюда не пустим / Ю. Снегирев. – URL: <http://www.rg.ru/2014/05/10/ronomarev-site.html> (дата обращения 18.05.2014).
7. Снегирев, Ю. Под референдум подложили мины / Ю. Снегирев. – URL: <http://www.rg.ru/2014/05/12/referendum-site.html> (дата обращения 16.05.2014).
8. Украина, ДНР и Луганская республика 18 мая. Онлайн-репортаж. – URL: <http://ria.ru/world/20140518/1008234391.html> (дата обращения 18.05.2014).
9. Украинские власти не исключают введения виз с Россией. – URL: <http://ria.ru/world/20140511/1007350423.html> (дата обращения 18.05.2014).
10. Шестаков, Е. Киев начинает, армия проигрывает / Е. Шестаков. – URL: <http://www.rg.ru/2014/05/03/ukraina-site.html> (дата обращения 16.05.2014).
11. Блакар, Р. М. Язык как инструмент социальной власти / Р. М. Блакар // Язык и моделирование социального взаимодействия: сб. ст. / сост. В. М. Сергеева, П. Б. Пашина; под ред. В. В. Петрова. – М.: Прогресс, 1987. – С. 88–125.
12. Броженко, С. В. Стратегии и тактики речевого воздействия в рекламном дискурсе / С. В. Броженко // Вестник Челяб. гос. ун-та. – 2011. – № 3. – С. 11–15.
13. Глинчевский, Э. И. Средства речевого воздействия в языке СМИ / Э. И. Глинчевский // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультур. коммуникация. – 2005. – № 4. – С. 18–27.
14. Доценко, Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. – М.: ЧеРо: МГУ, 1997. – 344 с.
15. Иссерс, О. С. Речевое воздействие: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / О. С. Иссерс. – 2-е изд. – М.: Флинта: Наука, 2011. – 224 с.
16. Кара-Мурза, С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. – 526 с.
17. Копнина, Г. А. Речевое манипулирование: учеб. пособие / Г. А. Копнина. – 2-е изд. – М.: Флинта, 2008. – 176 с.

18. Котов, А. А. Описание речевого воздействия в лингвистической модели / А. А. Котов. – URL: <http://www.dialog-21.ru/Archive/2003/Kotov.htm> (дата обращения: 20.03.2014).
19. Михалева, О. Л. Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия: монография / О. Л. Михалева. – Иркутск: Иркут. ун-т, 2005.
20. Паршин, П. Б. Речевое воздействие [Электронный ресурс] / П. Б. Паршин. – URL: [http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/lingvistika/RECHEVOE\\_VOZDESTVIE.html?page=0,0](http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/RECHEVOE_VOZDESTVIE.html?page=0,0) (дата обращения: 20.03.2016).
21. Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации / Е. Ф. Тарасов, Н. А. Безменова, Л. Г. Лузина [и др.]; отв. ред. Ф. М. Березин, Е. Ф. Тарасов. – М.: Наука, 1990. – С. 41–52.
22. Стернин, И. А. Введение в речевое воздействие / И. А. Стернин. – Воронеж, 2001. – 252 с.
23. Хазагеров, Г. Г. Политическая риторика / Г. Г. Хазагеров. – М.: Николо-Медиа, 2002. – 313 с.

## SPEECH INFLUENCE IN THE PROCESS OF MEDIATIZATION OF SOCIETY

*Panova E. Yu., Chelyabinsk state University, Chelyabinsk, Elena\_panova81@mail.ru*

*The theory of speech influence is considered as one of the methodologically possible way of understanding the specifics of the process of mediatization. Describes the tools of analysis of media texts in the context of the theory of speech influence, and on the material of media texts, highlighting the Russian-Ukrainian conflict, conclusions on the nature of verbal manipulation in media texts.*

**Keywords:** mediatization, media text, the theory of speech influence.

### References

1. *Deputat: GP Ukrainy vyjasnit, za chto Janukovich poluchil krupnyj gonorar* [=Member: state enterprise of Ukraine finds out that Yanukovich received a large fee], available at: <http://ria.ru/world/20140512/1007442196.html>, accessed 18.05.2014. (In Russ.).
2. *Naznacheni novyj i.o. glavy milicii Mariupolja* [=Appointed new acting head of police of Mariupol], available at: <http://ria.ru/world/20140511/1007343507.html>, accessed 18.05.2014. (In Russ.).
3. Petin, V. *Strashno, Zhenja, strashno!* [«Scared, Jack, scared!»], available at: <http://www.rg.ru/2014/05/15/mariupol.html>, accessed 16.05.2014. (In Russ.).
4. *Pojavilis' novye dokazatel'stva prichastnosti Kieva k tragedii v Odesse* [=New evidence of the involvement of Kiev for the tragedy in Odessa], available at: <http://www.rg.ru/2014/05/06/dokazatelstva-anons.html>, accessed 16.05.2014. (In Russ.).
5. Snegirev, Ju. *Boi ne mestnogo znachenija* [=Fights of local importance], available at: <http://www.rg.ru/2014/05/15/situaziya.html>, accessed 18.05.2014. (In Russ.).
6. Snegirev, Ju. *Fashizm sjuda ne pustim* [=Fascism here will not allow], available at: <http://www.rg.ru/2014/05/10/ponomarev-site.html>, accessed 18.05.2014. (In Russ.).
7. Snegirev, Ju. *Pod referendum podlozhili miny* [=Under the referendum planted the mine], available at: <http://www.rg.ru/2014/05/12/referendum-site.html>, accessed 16.05.2014. (In Russ.).
8. *Ukraina, DNR i Luganskaja respublika 18 maja. Onlajn-reportazh* [=Ukraine, DND and Lugansk Republic on may 18. Online report], available at: <http://ria.ru/world/20140518/1008234391.html>, accessed 18.05.2014. (In Russ.).
9. *Ukrainskie vlasti ne iskljuchajut vvedenija viz s Rossiej* [=Ukrainian authorities do not rule out the introduction of visas with Russia], available at: <http://ria.ru/world/20140511/1007350423.html>, accessed 18.05.2014. (In Russ.).
10. Shestakov, E. *Kiev nachinaet, armija proigryvaet* [=Kiev starts, the army loses], available at: <http://www.rg.ru/2014/05/03/ukraina-site.html>, accessed 16.05.2014. (In Russ.).
11. Blakar, R. M. (1987) *Jazyk kak instrument social'noj vlasti* [=Language as a tool of social power], in: *Jazyk i modelirovanie social'nogo vzaimodejstvija: sb. st.* [=Language and modeling of social interaction: collected articles], Moscow, Progress, pp. 88–125. (In Russ.).

12. Brozhenko, S. V. (2011) Strategii i taktiki rechevogo vozdejstvija v reklamnom diskurse” [=Strategies and tactics of speech influence in advertising discourse], in: *Vestn. Chelyb. un-ta.* [=Vestnik Chelyabinsk University], Chelyabinsk, no. 3, pp. 11–15. (In Russ.).
13. Glinchevskij, Je. I. (2005) Sredstva rechevogo vozdejstvija v jazyke SMI [=Tools of speech influence in mass-media language], in: *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 19. Lingvistika i mezhkul'tur. Kommunikacija* [=Vestnik Moscow University. Mosk. Univ. Ser. 19. Linguistics and intercultural communication], no. 4, pp. 18–27. (In Russ.).
14. Docenko, E. L. (1997) *Psihologija manipuljacji: fenomeny, mehanizmy i zashhita* [=Psychology manipulation: phenomena, mechanisms and protection], Moscow, CheRo, MGU, 344 p. (In Russ.).
15. Issers, O. S. (2011) *Rechevoe vozdejstvie: ucheb. posobie dlja studentov, obuchajushhihsja po special'nosti «Syjazi s obshhestvennost'ju»* [=Speech influence: studies. aid for students enrolled in the specialty «public relations»], 2-e izd., Moscow, Flinta, Nauka, 224 p.. (In Russ.).
16. Kara-Murza, S. G. (2001) *Manipuljacija soznaniem* [=Manipulation of consciousness], Moscow, JeKSMO-Press, 526 p. (In Russ.).
17. Kopnina, G. A. (2008) *Rechevoe manipulirovanie: ucheb. posobie* [=Speech manipulation: proc. a manual], 2-e izd., Moscow, Flinta, 176 p. (In Russ.).
18. Kotov, A. A. *Opisanie rechevogo vozdejstvija v lingvisticheskoj modeli* [=Description of speech influence in linguistic models], available at: <http://www.dialog-21.ru/Archive/2003/Kotov.htm>, accessed 20.03.2014. (In Russ.).
19. Mihaleva, O. L. (2005) *Politicheskij diskurs kak sfera realizacii manipuljativnogo vozdejstvija* [=Political discourse as a sphere of realization of the manipulative influence], Irkutsk. (In Russ.).
20. Parshin, P. B. *Rechevoe vozdejstvie* [=Speech effects], available at: [http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/lingvistika/RECHEVOE\\_VOZDESTVIE.html?page=0,0](http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/RECHEVOE_VOZDESTVIE.html?page=0,0), accessed 20.03.2016. (In Russ.).
21. Tarasov, E. F., Bezmenova, N. A. and Luzina, L. G. (1990) *Rechevoe vozdejstvie v sfere massovoj kommunikacii* [=Speech influence in mass communication], Moscow, Nauka, pp. 41–52. (In Russ.).
22. Sternin, I. A. (2001) *Vvedenie v rechevoe vozdejstvie* [=Introduction to speech influence], Voronezh, 252 p. (In Russ.).
23. Hazagerov, G. G. (2002) *Politicheskaja ritorika* [=Political rhetoric], Moscow, Nikolo-Media, 313 p. (In Russ.).

Панова Елена Юрьевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций Челябинского государственного университета.

Elena\_panova81@mail.ru