

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра теории, истории языка и прикладной лингвистики

**«Речевое воздействие и способы его реализации
в региональном медиадискурсе (на материале саратовских СМИ)»**

АВТОРЕФЕРАТ
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ БАКАЛАВРА

студентки 4 курса 411 группы
направления 45.03.01 «Филология»
профиль «Отечественная филология
(русский язык и литература)»
Института филологии и журналистики

Буяновой Ангелины Андреевны

Научный руководитель

доцент, к.филол.н., доцент

_____ Ю.В. Каменская

Зав. кафедрой

д. филол. н., профессор

_____ О.Ю. Крючкова

Саратов, 2025

Общая характеристика работы

Приёмы речевого воздействия за последние 40-50 лет активно изучались отечественными и зарубежными учёными. Большинство исследователей рассматривают данное явление на примере советских идеологизированных выступлений, современного политического дискурса, на материале федеральных новостных агентств или устной диалогической речи в неформальной обстановке. Менее изученным по-прежнему остаётся пласт информации, транслируемый региональными сетевыми СМИ. В связи с этим возникает потребность в отдельном рассмотрении средств реализации приёмов речевого воздействия в условиях регионального массмедийного дискурса, а также установлении экстралингвистических, в частности идеологических, факторов, влияющих на освещение событий, что по своей сути определяет **актуальность** данного исследования.

Объектом исследования выступают медиатексты четырёх региональных саратовских средств массовой информации, посвящённые судебному заседанию по изъятию муниципального имущества из незаконного права собственности.

Предмет исследования — приёмы речевого воздействия, а также средства их реализации в новостных текстах региональных саратовских СМИ.

Цель работы: определить сходства и различия в употреблении, реализации приёмов речевого воздействия саратовских региональных сетевых СМИ при освещении одного и того же коммуникативного события, а также установить взаимосвязь употребляемых приёмов с идеологической повесткой конкретных СМИ.

Для достижения поставленной цели были поставлены следующие **задачи:**

- 1) установить основные теоретические положения исследования: понятие, способы и приёмы речевого воздействия;
- 2) дать характеристику особенностям коммуникативных условий реализации речевого воздействия в текстах сетевых СМИ;
- 3) выявить и проанализировать приёмы речевого воздействия в текстах саратовских региональных СМИ;
- 4) установить сходства и различия в реализации речевого воздействия при освещении одного инфоповода в разных информационных агентствах.

В работе использовались следующие **методы** научного исследования:

- теоретический метод, включая описания, анализ и сравнение литературы по данной теме;
- практический, заключающийся в дискурсивном и сравнительном анализе.

Некоторые результаты исследования были апробированы на Всероссийской конференции молодых учёных «Филология и журналистика в 21 веке» в 2025 году.

Основное содержание работы

Во **Введении** обосновывается выбор темы, актуальность, определяются цель, задачи, субъект и объект исследования, обозначаются методы исследования.

В **первой главе** рассматриваются теоретические положения, связанные с явлением речевого воздействия, а также основания его реализации в электронных средствах массовой информации.

С опорой на работы российских исследователей приводится характеристика современных сетевых СМИ, представляющих собой каналы массовой коммуникации, в функции которых также входит идеологическое влияние, достигаемое вербальными и невербальными средствами

коммуникации. Определяются некоторые доминирующие особенности сетевых СМИ, как многоканальность, высокая скорость распространения информации, дробность подачи информации, асимметрия коммуникации между адресантом и реципиентом и другие.

Отмечается разобщённость, несистемность в определении понятия речевого воздействия, в связи с чем предлагается следующее определение речевого воздействия применительно к массмедийному дискурсу: “психолингвистическое явление, основанное на скрытом или очевидном языковом влиянии на мнение, паттерны поведения и, реже, волю неподготовленного реципиента при помощи специфических языковых средств. При этом подбор речевых инструментов при воздействии носит неосознанный характер, но обусловлен коммуникативной целью общения”.

Затем анализируются основные классификации речевого воздействия О.С. Иссерс, Л.Л. Фёдоровой, Е.В. Шелестюк и ряда других учёных. Наибольший интерес для настоящей работы представляет подход Е.В. Шелестюк, выделяющий три базовых стратегии: убеждение, побуждение и внушение. Обозначаются трудности в разграничении способов речевого воздействия, вызванные универсальностью используемых языковых средств и необходимостью контекстного анализа.

В завершающем разделе главы рассматривается ряд приёмов речевого воздействия, предоставляются соответствующие определения. Затем приёмы систематизируются по языковым уровням: лексико-семантическому, синтаксическому и текстовому.

Во **второй главе** выявляются, анализируются и сопоставляются средства и приёмы речевого воздействия в исследуемых медиатекстах.

Отбор материала проводился по принципу целенаправленной выборки текстов одного сюжета — судебных заседаний от 13.08.2024, 14.08.2024 и 15.08.2024 по изъятии галереи «Каштан» из права

собственности у матери саратовского бизнесмена Сергея Георгиевича Курихина.

С.Г. Курихин — крупный предприниматель, бывший депутат Саратовской областной думы (2007—2021 года), владелец архитектурного бюро ЗАО «Сарград» и учредитель ИА «Взгляд-Инфо». Более четырёх лет его имя фигурирует в новостях саратовских СМИ в связи с чередой судебных разбирательств, посвящённых незаконной приватизации муниципального имущества.

Таким образом, выбор материала продиктован политическим и массовым характером уголовных разбирательств по делам Сергея Курихина.

Выбор одного речевого события для исследования продиктован потребностью в проведении последующего сравнительного анализа тематических материалов разных региональных СМИ:

1. **ИА «Взгляда-Инфо»** — новостное сетевое агентство, учреждённое Сергеем Курихиным (статья *«Отнять “Каиштан”. В Саратове пытаются адресно отменить Конституцию и президента»*).

2. **ИА «Саринформ»** — новостное сетевое агентство, спонсируемое депутатом Саратовской областной думы Андреем Воробьевым (статья *«Суд лишил мать экс-депутата Курихина права собственности на галерею “Каиштан”»*).

3. **СИ¹ «Общественное мнение»**, учреждённое Александром Колобродовым, ранее оказывавшим депутатам Саратовской облдумы пиар-услуги (статьи *«Дело об изъятии «Каиштана»: заседание задержалось из-за споров о СМИ»*, *«Дело об изъятии «Каиштана»: 30 томов привезли на тележке»*, *«Дело об изъятии “Каиштана”: предпринимателю Вере Шульковой не дали рассказать в суде о “нарушениях”, с которыми она*

¹ Сетевое издание

столкнулась как арендатор», «Дело об изъятии “Каишана”: на процесс не пришли представители ответчика», *«Дело об изъятии “Каишана”*: Арбитражный суд Саратовской области отдал галерею и землю в *госсобственность»*).

4. **«Четвёртая власть»**, учреждённое женой депутата Саратовской областной думы Рогожина (статья *«В Саратове галерею “Каишан” и землю под ней изъяли в госсобственность»*).

Приведённый список СМИ сформирован на основе трёх критериев: неофициальной редакционной политике агентств, их идеологической повестке, выраженной в специфической манере освещения политических новостей, выражающейся в негативной, позитивной или нейтральной интерпретации события и его участников.

Такие приёмы речевого воздействия, как управляемая ассоциация, обобщение участников событий, «лексемы-ограничители», прагматически нагруженная лексика, терминологизация и другие, используются авторами практически всех исследуемых материалов. Инструментами реализации приёмов выступают стилистически-окрашенная, оценочная лексика, а также средства художественной выразительности.

Прагматически нагруженная лексика позволяет отразить социальный статус участников событий и их связь с другими людьми. Например, в заметке СИ «Общественное мнение» предприниматель Сергей Курихин презентуется посредством таких прагматически нагруженных лексем, как *«экс-депутат»*, *«влиятельный в прошлом застройщик»* и *«бывший депутат Саратовской облдумы»*.

Приём терминологизации в новостных текстах направлен на повышение авторитетности сообщаемой информации, создание иллюзии объективности. Инструментами реализации приёма выступают юридическая и экономическая лексика, например: *«внепроцессуальные контакты»*, *«основания возникновения права собственности РФ»*, *«...на*

основании постановления Верховного Совета РФ №3020-1 от 27 декабря 1991 года...», «ОКН общероссийского значения» (ИА “Взгляд-Инфо”).

Несмотря на то, что авторы разных СМИ используют идентичные приёмы речевого воздействия, языковые средства для их реализации различаются. Во-первых, это связано с идеологической целью, которую преследуют адресанты. Во-вторых, с общей, конечной целью освещения материала.

Так, для СИ «ОМ» свойственно фактологическое, почти объективное преподнесение материала. На основе исследуемых текстов заключается, что автор (авторы) новостей стремятся с наибольшей точностью отразить порядок и обстоятельства судебных заседаний. На это указывает использование таких приёмов корректной аргументации, как двусторонняя аргументация и гиперссылки, формирующие контекст событий.

Противоположную позицию занимает ИА «Взгляд-инфо», чья задача заключалась в оценке судебного заседания с позиции «незаконно осуждённой» стороны. Поэтому в тексте превалируют стилистически-окрашенные лексемы, метонимии, метафоры и ирония, позволяющие придать событию, по выражению самих авторов, профанирующий характер.

Также выявляются различия в употреблении приёмов речевого воздействия. В отличие от других агентств, автор (авторы) “Общественного мнения” используют прямое цитирование и приведение доводов стороны, адресанты “Взгляда-Инфо” — иронию, метафоризацию и эвфемизацию; ИА “Саринформ” прибегает к ссылке на деавторизованный источник и введению имплицитной информации, а “Четвёртая власть” — к девальвации личности и усилителям значений.

Отмечается использование структурно сложных приёмов речевого воздействия, в основе которых лежит совокупность нескольких более простых приёмов: противопоставление «они-мы», игра на популярных

идеях, персонализация или хронологизация событий, замалчивание и опущение информации.

Замалчивание информации предполагает частичное освещение событий посредством опущения невыгодных для адресанта сведений. Например, в статье ИА «Взгляд-Инфо» автор не упоминает ряд фактов, обращающихся против «линии защиты». Так, чтобы утвердить в сознании реципиента мысль о том, что Сергей Курихин последовательно и постоянно преследуется местной властью, адресант опускает информацию о подсудимой, просто не упоминая её в статье.

Кроме того, ни в одном из исследуемых материалов не говорится о правовых последствиях для мэрии Саратова, которая также обвинялась в соучастии в преступлении.

В рамках исследования также выявляются два новых приёма речевого воздействия: усилители значения и хронологизация событий.

Усилители значения представляют собой синтаксические конструкции, которые позволяют накапливать дополнительные сведения о событии или его участнике посредством вводных конструкций с семантикой дополнения. К примеру, чтобы подкрепить свой тезис, автор «Четвёртой власти» использует вводные конструкции, или ограничительно-выделительные обороты, с семантикой восполнения, чтобы поступательно усилить заложенный тезис о преступном семейном подряде: *«Кроме того, Курихина признали виновным в использовании подложных документов для хранения оружия», «Помимо этого, в собственность областного правительства хотят передать здание в центре Саратова, известное как «Дом Курихина» на Октябрьской»*. Таким образом, реципиент погружается в картину действительности, в которой финансово обеспеченная семья из года в год занимается мошенничеством, незаконно хранит у себя дома оружие и отнимает культурные объекты города.

Хронологизация событий заключается в таком композиционном построении повествования, при котором каждое новое сведение вводится в хронологическом порядке, с указанием временных рамок. Приём позволяет акцентировать внимание на скорости развития событий, а также включить дополнительные факты, которые могли повлиять на исход ситуации. Например, в заметке “Саринформа” посредством обстоятельства времени, основанного на модели «существительное Т.п.+числительное», автор вводит реципиента в причинно-следственную связь событий, акцентируя внимание на так называемой «точке отсчёта» и моментах принятия, исполнения ключевых решений: *«Еще в июле 1991 года это здание признали памятником истории и культуры местного значения, подлежащим государственной охране», «...в 1999 году руководство основанного Курихиным ЗАО «Сарград» попросило... отдать в аренду на 25 лет...», «В 2001 году с разрешения областного минкульта «Сарград» снес памятник архитектуры...»* и другие. Благодаря временным маркерам у реципиентов формируется понимание, насколько давно происходили события.

В **Заключении** подводятся итоги исследования, делаются выводы и намечаются перспективы дальнейшей работы.

Отмечается, что свойства сетевых СМИ позволяют всячески трансформировать преподносимую информацию и, соответственно, использовать разные приёмы речевого воздействия для освещения ситуации с идеологически выгодной стороны. Главным инструментом для реализации целей СМИ выступают приёмы и средства речевого воздействия.

Исследование показало, что типичными приёмами речевого воздействия региональных саратовских СМИ выступают эмоционально-окрашенная лексика, терминологизация, прагматически-нагруженные группы лексики, создание управляемой ассоциации. Тем не менее, авторы

каждого агентства (издания) используют разные языковые инструменты для реализации указанных приёмов в зависимости от идеологической цели, которую они хотят достичь: сформировать негативную установку против деятельности органов власти и оправдать позицию ответчиков, либо доказать, подчеркнуть виновность ответчиков, при этом никак не характеризуя властные структуры.

При сравнительном анализе материалов выяснилось, что в зависимости от политической цели, акцентов и интенции оценки информационные агентства (издания) используют разные приёмы речевого воздействия лексико-семантического, синтаксического и текстового уровней. Однако все авторы текстов включают в свои тексты гиперссылки, которые позволяют расширить контекст информации и опосредованно донести оценочные характеристики участников события до аудитории.

Перспективу научных исследований составляет отдельное изучение приёмов речевого воздействия прямого (корректного) убеждения, а также языковых средств реализации логико-синтаксических приёмов речевого воздействия применительно к региональному массмедийному дискурсу.