ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Сулайманова Нилуфар
DSc., профессор
Шаймерденова Мендыганым Джамалбековна
профессор КазНАИ им. Темирбека Жургенова
академик Международной академии информатизации

Аннотация. В данной статье рассматриваются прагмалингвистические особенности речевого воздействия в современном медиадискурсе. Анализируются механизмы реализации коммуникативного намерения адресанта, способы языкового манипулирования, прагматические стратегии и тактики в средствах массовой информации. Особое внимание уделяется функционированию оценочной лексики, имплицитных смыслов, речевых актов и прагматических пресуппозиций в медиатекстах. В исследовании раскрываются вопросы взаимодействия языка, мышления и коммуникации в контексте прагмалингвистики. Научная новизна статьи заключается в комплексном анализе прагматических средств воздействия в современном информационном пространстве. Материалы исследования могут быть использованы в области прагмалингвистики, медиалингвистики и теории коммуникации.

Ключевые слова: прагмалингвистика, медиадискурс, речевое воздействие, коммуникативная стратегия, речевой акт, прагматическая пресуппозиция, манипуляция, имплицитный смысл, медиатекст, языковое воздействие.

Современная лингвистика характеризуется усилением интереса к проблемам функционирования языка в коммуникативной среде. Одним из наиболее активно развивающихся направлений является прагмалингвистика, исследующая взаимодействие языка, мышления и речевой деятельности в процессе коммуникации. Особую актуальность прагмалингвистические исследования приобретают в условиях стремительного развития медиапространства, где язык становится не только средством передачи информации, но и инструментом воздействия на сознание адресата. В современном медиадискурсе прагматический потенциал языковых единиц проявляется особенно ярко, поскольку медиатекст ориентирован на формирование общественного мнения, эмоционального восприятия и поведенческих реакций аудитории.

Прагмалингвистика как самостоятельное направление языкознания сформировалась во второй половине XX века на стыке лингвистики, философии языка, психолингвистики и теории коммуникации. Основоположниками прагматического подхода считаются Ч. Моррис, Дж. Остин, Дж. Серль и Г. Грайс. По мнению Ч. Морриса, прагматика изучает отношение знаков к их интерпретаторам (Ч.Моррис; 67). В дальнейшем теория речевых актов Дж. Остина заложила основы анализа коммуникативного намерения говорящего и прагматического эффекта высказывания (J.Austin; 94).

В современной прагмалингвистике особое место занимает исследование медиадискурса как специфической формы институциональной коммуникации. Медиатекст представляет собой сложное коммуникативное образование, в котором сочетаются информационная, воздействующая и интерпретационная функции. Как отмечает В.И.

Карасик, дискурс представляет собой «текст, погруженный в ситуацию общения» (Карасик В.И.; 276). Следовательно, медиадискурс необходимо рассматривать не только как совокупность языковых единиц, но и как прагматическую систему, ориентированную на адресата.

Одним из ключевых аспектов прагмалингвистического анализа медиатекста является проблема речевого воздействия. Речевое воздействие представляет собой целенаправленное использование языковых средств для изменения когнитивного, эмоционального или поведенческого состояния адресата. Исследователи отмечают, что медиадискурс обладает высоким манипулятивным потенциалом, поскольку функционирует в условиях массовой коммуникации и информационной конкуренции. По мнению Е.С. Кубряковой, язык в медиасфере становится инструментом моделирования социальной реальности (Кубрякова Е.С.; 312).

Прагматический потенциал медиатекста реализуется посредством различных коммуникативных стратегий и тактик. Коммуникативная стратегия понимается как общий план речевого поведения, направленный на достижение определенной цели. Коммуникативная тактика представляет собой конкретный способ реализации стратегии в определенной речевой ситуации. Исследователи выделяют стратегии убеждения, манипуляции, дискредитации, эмоционального воздействия и формирования оценки. Например, стратегия манипуляции часто реализуется через использование эмоционально окрашенной лексики, метафор, эвфемизмов и имплицитных смыслов.

Особую роль в медиадискурсе играет оценочная лексика. Оценка является важнейшей прагматической категорией, поскольку позволяет формировать отношение адресата к объекту сообщения. Как отмечает Н.Д. Арутюнова, оценка отражает субъективное восприятие действительности и тесно связана с прагматическими установками говорящего (Арутюнова Н.Д.; 198). В медиатекстах оценочные единицы используются для создания позитивного или негативного образа политических деятелей, социальных явлений и событий.

Прагмалингвистический анализ медиадискурса предполагает исследование имплицитных смыслов. Имплицитность является важным механизмом речевого воздействия, поскольку скрытые смыслы воспринимаются адресатом менее критически. Теория импликатур Г. Грайса показывает, что значительная часть информации передается косвенно, через нарушение или соблюдение коммуникативных максим (Grice H.P.; 45). В медиадискурсе имплицитные смыслы позволяют автору формировать определенные интерпретации без прямого выражения оценки.

Важным элементом прагматической структуры медиатекста являются пресуппозиции. Пресуппозиция представляет собой фоновое знание, предполагаемое автором и адресатом. Использование пресуппозиций позволяет журналисту представить определенную информацию как очевидную и не требующую доказательств. По мнению Т.А. ван Дейка, пресуппозиции играют важную роль в формировании идеологического содержания текста (T.A. van Dijk; 127).

Одним из наиболее распространенных средств речевого воздействия в медиадискурсе является метафора. Метафоризация способствует эмоционализации текста и упрощению сложной информации. Согласно концепции Дж. Лакоффа и М. Джонсона, метафора представляет собой не только языковое, но и когнитивное явление (Lakoff G.,

Johnson M.; 21). В медиатекстах метафоры активно используются для формирования политических и социальных образов.

Не менее значимым прагматическим механизмом является интертекстуальность. Цитаты, аллюзии и прецедентные тексты усиливают воздействующий потенциал медиатекста, поскольку активизируют культурные и когнитивные ассоциации адресата. Как отмечает Ю.М. Лотман, текст существует в системе культурной памяти и взаимодействует с другими текстами культуры (Лотман Ю.М.; 214).

В медиадискурсе широко используются различные типы речевых актов. Дж. Серль выделяет репрезентативы, директивы, комиссивы, экспрессивы и декларативы как основные классы речевых актов (Searle J.; 54). В журналистских текстах особое значение имеют экспрессивы и директивы, поскольку они позволяют воздействовать на эмоциональную сферу адресата и формировать определенные модели поведения.

Прагмалингвистический аспект медиадискурса тесно связан с проблемой манипуляции сознанием. Манипуляция представляет собой скрытое воздействие на адресата с целью изменения его взглядов и поведения. Исследователи отмечают, что медиаманипуляция реализуется через селекцию информации, нарушение причинно-следственных связей, эмоционализацию и использование стереотипов. По мнению С.Г. Кара-Мурзы, манипуляция сознанием является важнейшим инструментом современной информационной политики (Кара-Мурза С.Г.; 143).

В современном цифровом медиапространстве усиливается роль интернет-коммуникации. Социальные сети, блоги и онлайн-издания формируют новые формы медиадискурса, характеризующиеся высокой степенью интерактивности и эмоциональности. Интернет-коммуникация отличается сокращением дистанции между адресантом и адресатом, что способствует усилению прагматического эффекта высказываний.

Особую роль в интернет-дискурсе играют языковые средства экспрессии: эмодзи, мемы, графические элементы, разговорная лексика и языковая игра. Эти средства повышают эмоциональную насыщенность текста и способствуют быстрому распространению информации. При этом прагматическая функция интернет-коммуникации заключается не только в информировании, но и в вовлечении аудитории в активное взаимодействие.

Прагмалингвистический анализ показывает, что медиадискурс представляет собой сложную систему речевого воздействия, в которой языковые средства подчинены коммуникативной цели автора. Воздействующий потенциал медиатекста реализуется через сочетание эксплицитных и имплицитных средств, оценочной лексики, метафоризации, пресуппозиций и коммуникативных стратегий.

Таким образом, прагмалингвистика медиадискурса является перспективным направлением современной лингвистики, позволяющим исследовать механизмы речевого воздействия в условиях информационного общества. Анализ прагматических характеристик медиатекста способствует более глубокому пониманию процессов формирования общественного мнения и функционирования языка в массовой коммуникации. Современный медиадискурс демонстрирует высокий уровень прагматической организации, что делает его важным объектом научного исследования в области прагмалингвистики, медиалингвистики и теории коммуникации.

Список использованной литературы:

1. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений. – Москва: Наука, 1988. – 341 с.
2. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – Москва: Эксмо, 2005. – 832 с.
3. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
4. Кубрякова Е.С. Язык и знание. – Москва: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
5. Лотман Ю.М. Семиосфера. – Санкт-Петербург: Искусство-СПБ, 2000. – 704 с.
6. Моррис Ч. Основания теории знаков. – Москва: Прогресс, 1983. – 284 с.
7. Austin J. How to Do Things with Words. – Oxford: Oxford University Press, 1962. – 168 p.
8. Grice H.P. Logic and Conversation. – New York: Academic Press, 1975. – 386 p.
9. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. – Chicago: University of Chicago Press, 1980. – 256 p.
10. Searle J. Speech Acts. – Cambridge: Cambridge University Press, 1969. – 203 p.
11. T.A. van Dijk Discourse and Power. – London: Palgrave Macmillan, 2008. – 308 p.