

объединен одним общим фактором, то ЛСГ может использоваться для его обозначения [2, с. 102–104].

Лексико-семантическое поле характеризуется рядом признаков систематичности, как в синхронных терминах, так и в генетико-диахронических терминах [2, с. 105].

В лексико-семантическом поле ее составные элементы, которые связаны друг с другом парадигматическими отношениями, имеют достаточно своеобразную структуру. Само поле представляет собой многомерную и объемную местность. У ЛСП присутствует ядро, как его лексическая доминанта, выражающая инвариантное значение. Целостности, которая позволяет преобразовывать менее сложные единицы в более сложные, является основополагающим свойством самой структуры ЛСП [2, с. 112].

Таким образом, термин «лексико-семантическое поле» существует достаточно долго в языкознании, но интерес к изучению данного феномена не угасает до сих пор и исследуется многими лингвистами. Представленные позиции определяют место данного термина в научной среде и позволяют широко использовать данную концепцию в разнообразных исследованиях в зависимости от области.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бондарко А.В. Направления функционально-грамматического описания «от формы» и «от семантики». – Л.: ЛГПИ им. А.И. Герцена, 1988. – С. 5–11.
2. Васильев Л.М. Теория семантических полей// Вопросы языкознания. – 1971. – № 3. – С. 105–113.
3. Гульга Е.В., Шендельс Е.И. Прагматика лексические поля в современном немецком языке. – М.: Изд-во МГУ, 1969. – 167 с.
4. Шатилова Л.М. Понятие лексико-семантического поля в современной лингвистике// Россия и Франция: взаимодействие языков и культур: материалы Международной научно-практической конференции. Отв. ред. Л.М. Шатилова, О.А. Касаткина, И.И. Ковалевская. – Орехово-Зуево: ГГТУ, 2019. – С. 100–104.
5. Щур Г.С. Теория поля в лингвистике. – М.: Наука, 1974. – 256 с.

Ирина Владимировна Решетарова,
Донецкая Народная Республика, Горловка

ПРОБЛЕМЫ МАНИПУЛИРОВАНИЯ СОЗНАНИЕМ В ДИСКУРСЕ СОВРЕМЕННЫХ МАССМЕДИА

Вопросы манипулирования сознанием носят выраженный междисциплинарный характер и разрабатываются в рамках различных наук – философии, психологии, истории, социологии, политологии, лингвистики и др. Поскольку манипулирование в большинстве случаев реализуются посредством слова, лингвистические исследования этих вопросов

оказываются актуальными и особенно значимыми. Р.М. Блакар отмечал, что язык для манипулятора является важным инструментом изменения смысла, для того чтобы скрыть реальную ситуацию [1].

Учитывая сегодняшнюю роль СМИ, их развитие и научно-технический прогресс, информацию человек получает именно через СМИ. Так, электронные и печатные издания, телевидение, радио и, конечно же, реклама стали основными источниками информации, под влиянием которых формируется внутренний мир современного человека. СМИ выступают той самой «идеальной средой», в которой формируется мировоззрение бóльшей части людей. «Идеальность» среды достигается путём дозированной подачи информации в требуемом виде и нужной эмоционально-оценочной окраске благодаря широкому спектру техник манипулирования (искажения или замалчивания фактов, фрагментарного цитирования или смещения приоритетов и др.).

Журналистские тексты политической и социально-экономической тематики в контексте современных реалий наполнены оценочной и высоко эмоциональной заряженностью. Оценка – это многогранная категория, суть которой заключается в наделении объекта речи положительными или отрицательными характеристиками на основе субъективного (или субъективно-объективного) мнения. Изначально в текстах СМИ это мнение (основанное на его идеологическом, интеллектуальном, нравственно-этическом и др. опыте) принадлежит автору, затем оно транслируется читателю/слушателю/зрителю.

Следует отметить, что термин «манипулирование» чаще всего используется при описании действий, направленных на внушение негативного впечатления (или дискредитации). Учёные отмечают, что эффективность текстов СМИ с точки зрения воздействия на аудиторию заставляет авторов пренебрегать порою фактами в пользу усиления воздействующей силы своих негативных оценок [3, с. 156].

Исследования стратегии дискредитации, реализуемой через СМИ, представлены широким спектром разработок, как в отечественном, так и в зарубежном научном сообществе (например, работы А.Н. Баранова, Н.Э. Гронской, М.Р. Желтухин, В.И. Жельвис, З.С. Хабекировой, В.И. Шаховского, Е.И. Шейгал и др.). Стратегия дискредитации, согласно, например, З.С. Хабекировой, реализуется посредством определённых речевых тактик, среди которых исследователи выделяют тактики обвинения, нагнетания отрицательного эффекта, непрямого оскорбления, навешивания ярлыков, и др. [4, с. 3]. Инструментами успешной реализации данных тактик служат некоторые юмористические средства, (например приёмы иронии и сарказма), а также использование эвфемизмов и дисфемизмов.

Среди механизмов, на котором базируется манипулятивный эффект средств эвфемии, особое место занимает механизм ассоциативности. Благодаря данному механизму внимание адресата отвлекается от нежелательного значения и замещается другим, ассоциирующимся с чем-то диаметрально противоположным. Так, использование эвфемизмов отвлекает

реципиента от негативного значения, в то время как в его сознание завуалировано внедряются положительно заряженные значения. Например: *обезвредить* (убить, но есть дополнительная положительная нагрузка – предотвратить вредное воздействие), *антитеррористическая операция* (боевые действия, но направленные на защиту от террористов), *тыловые части тела* (ягодицы, но и всё, что находится «в тылу», сзади). Дисфемизмы действуют более открыто, с их помощью положительная составляющая затеняется, а отрицательная – усугубляется. Например: *буфера* (грудь, но колоссальных размеров), *завалить* (не просто победить в соревновании, а безжалостно и жестоко убить), *приспешник* (союзник, но в делах позорных и порицаемых).

Е.Н. Зарецкая, объясняя действие подобных механизмов, оперирует терминами «вытеснение» и «замещение». «Вытеснение» – это привлечение автором аргументов, достаточных для доказательства несостоятельности противоположной точки зрения. После того как определённая система взглядов вытеснена, в сознании читателя/слушателя/зрителя образуется некий «вакуум», который следует заполнить новой системой убеждений посредством подходящих аргументов. Этот этап называется «замещением» [2, с. 88]. Так, на фоне происходящих событий в донецком регионе, украинские СМИ пользуются терминами «сепаратисты» и «предатели Украины» в отношении жителей Крыма и Донбасса, в то время как местные издания именуют их «жертвами украинской агрессии». Другой пример, последняя инициатива нынешнего президента Украины Владимира Зеленского об учреждении «Дня сопротивления оккупации Автономной республики Крым и города Севастополь» является ничем иным, как очередной попыткой подмены понятий и манипуляции сознанием украинцев. Украина на протяжении всего многолетнего конфликта пытается выставлять свои поражения победами как перед своими гражданами, так и на мировой арене.

Предлагая информацию политической и социально-экономической тематики, современная журналистика, к сожалению, не остаётся беспристрастной. Зачастую не только провластные, но и другие политические движения имеют собственные издания, тиражирующие определённые ценности и установки, и не гнушающиеся применять различные тактики дискредитации оппонентов. При этом, у «своих» подчёркиваются исключительно достижения и положительные характеристики, в то время как достоинства «чужих» затираются, а на передний план выводятся промахи, неудачи и негативные моменты.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М., 1987. – С. 131–169.
2. Зарецкая Е.Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации. – М.: Дело, 2001. – 480 с.

3. Федорова К.И., Сабурова Н.В., Николаева С.В. Реализация речевой агрессии: стратегия дискредитации и стратегия манипулирования в англоязычных СМИ // Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова. – 2016. – № 5 (55). – С. 154–156.
4. Хабекирова З.С. Стратегия дискредитации и приёмы её реализации в политическом дискурсе демократической оппозиции // Вестник Адыгейского государственного университета. – Сер. 2: Филология и искусствоведение. – 2011. – № 3. – С. 138–144.

Сара Маис кызы Рзаева,
Московская область, Орехово-Зуево

КАЛЬКИРОВАНИЕ – ОДИН ИЗ ОСНОВНЫХ СПОСОБ ПЕРЕДАЧИ НОВЫХ СЛОВ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЫ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

При исследовании языка необходимости следить за изменениями в нем, большое значение имеет изучение языка средств массовой информации (газет, телевидения и радио). В современной коммуникации СМИ играют важную роль, т.к. обслуживают широкий круг общественных отношений (политических, экономических, культурных, правовых, нравственно-этических, религиозных и т.д.) и быстрее всех реагируют на изменения в обществе). В общем комплексе СМИ особое место занимает газета, как старейший вид предоставления информации, характеризующийся доступностью, тематической многоплановостью и удобной формой. Лингвисты отмечают, что первоисточником инноваций в языке выступают газеты, из которых они потом переносятся на другие формы массовой коммуникации (радио, телевидение). Что подтверждает высказывание В.Г. Костомарова о том, что язык газеты является «базовым компонентом средств массовой информации» [1, с. 11].

Словообразовательные процессы в языке газеты отражают общие тенденции развития современного литературного языка. Язык газеты, с его лексическим разнообразием, и избытком выразительных средств и новых лексических единиц, позволяет проследить за изменениями, происходящими на всех уровнях языка (фонемном, морфемном, лексическом, синтаксическом). Словарный запас новостей отражает современное состояние языка.

В эпоху Интернета сделать это становится еще проще, т.к. благодаря Интернету мы имеем доступ к самым свежим новостям. Электронные газеты давно стали неотъемлемой частью жизни общества. Основные их преимущества перед бумажными газетами – это: 1) оперативность предоставления информации. В современном мире информация быстро устаревает, а Интернет позволяет развивать максимальную скорость доступа к ней; 2) функция поиска интересующей информации. Доступ ко всем номерам изданиям, хранящимся в архиве; 3) интерактивность (обратная связь