

Христова  
Наталья Алексеевна

**ВОЗДЕЙСТВИЕ РЕЧЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СМИ  
НА ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЕ СТРУКТУРЫ ИНДИВИДА**

Специальность 10.02.19 – Теория языка

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Тверь – 2005

Работа выполнена на кафедре психолингвистики Московского ордена Дружбы народов государственного лингвистического университета

Научный руководитель: - доктор филологических наук, профессор  
Пищальникова Вера Анатольевна

Официальные оппоненты:

Ведущая организация:

Защита состоится «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 200\_\_ г. в \_\_\_ часов на заседании диссертационного совета Д 212.263.03 по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата филологических наук в Тверском государственном университете по адресу: г. Тверь, ул. Желябова, 33, зал заседаний.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Тверского государственного университета по адресу: г. Тверь, ул. Володарского, 42.

Отзывы можно направлять по адресу: 170000, г. Тверь, ул. Желябова, 33, Тверской государственной университет, ученому секретарю.

Автореферат разослан «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 200\_\_ г.

Ученый секретарь диссертационного совета  
кандидат филологических наук, доцент

В.Н. Маскадыня

В центре внимания реферируемого диссертационного исследования находится проблема зависимости сознания индивида от условий его социальной жизни. Мы рассматриваем язык как особый ментальный механизм, обеспечивающий связь между внешней, общественной жизнью индивида и его внутренним, психическим миром. Мы полагаем, что изменения в обществе, изменения в речевой культуре способствуют изменениям в познавательных структурах индивида.

В настоящее время СМИ оказывают беспрецедентное влияние на все сферы человеческой деятельности. Социально значимые современные тексты, продуцируемые массмедиа, по мнению многих исследователей, превалируют в обществе над всеми другими видами текстов. Во многом это обусловлено тем, что они являются источником значимой для индивида информации о природной и социальной реальности, на основе которой он принимает жизненно важные решения.

За последние 10-15 лет кардинально изменился характер коммуникации в СМИ. На смену официально подготовленному, выверенному и нормированному общению приходит общение неподготовленное, непосредственное или квазинепосредственное. Резкая граница, которая проходила между неофициальным общением и официальным публичным общением, размывается. В публичном общении (речь радио, телевидения, газет) возрастает степень неофициальности, увеличивается число разговорных, жаргонных, просторечных, стилистически сниженных элементов: «*Чё ты нервничаешь*»; «меня начинает *колбасить*» [Д. Нагиев, «Окна», ТНТ, 15.11.04]; «Газовый пистолет действует далеко не на всех *отморозков*», «А у нас сегодня *лом*, вот – *облом*» [реклама @mail.ru, МУЗ ТВ], «Сколько в стране стволов... привезенных *из-за бугра*» [М. Фалалеев, «Комсомольская правда», 05.11.04, с. 8-9] и т.д.

Негативное воздействие СМИ на индивида определяется, во-первых, низкой языковой компетенцией многих ведущих и журналистов, проявляющейся в большом количестве различных типов ошибок в текстах

СМИ. Во-вторых, в СМИ осуществляется *целенаправленное внедрение новых моделей межгрупповых и межличностных отношений, конструирование **иных** стереотипов поведения*. Одним из способов их внедрения является массовое тиражирование ошибок, разрушающих **норму** устной и письменной литературной речи, формирующих негативное отношение к языковой норме (и норме социальной вообще). При этом с искажением языковой нормы искажаются и познавательные модели, репрезентированные в языке, что ведет к *деформации сознания* индивида.

Сверхактивное заимствование иноязычной лексики, преимущественно американской, также способствует перестройке национального менталитета. Отчасти эту же задачу решает попытка внедрить равноправное сосуществование в текстах СМИ кириллицы и латиницы, причем престижность последней постоянно подчеркивается и время от времени подается как социально-политическая проблема, например, заявление татарского политика: «Российское общество все больше будет проявлять интерес к латинице, т.к. европейское общество передовое», НТВ «Страна и мир», 15.11.04; или вкрапление латиницы не только в русский текст, но и в русские слова: Ровуезник, ИскRENEe TV, Still-love-ин, Вечегreenка; рекламный текст: «Так пишется СТРАХОВАНИЕ по-русски, так INSURARENCE – по-английски. В основе русского слова – СТРАХ, в основе английского – SURE – уверенность».

Происходит сдвиг фиксированных социальных установок – отношение личности к ценности, predisпозиция оценивать объект или символ определенным способом, меняется под воздействием вербальной информации.

**Объектом исследования** является речевая деятельность СМИ, **предметом** – отклонения от языковой нормы в текстах СМИ, влияющие на формирование познавательных структур индивида.

В работе представлена попытка моделирования фрагментов индивидуального сознания, возникающих в результате воздействия общества на человека посредством СМИ.

**Цель диссертации** – аргументировать гипотезу, согласно которой тексты современных СМИ способствуют формированию вербальных медиаструктур, отражающих специфическую систему ценностей.

Поставленная цель предполагает решение следующих **задач**:

1. Определить содержание базовых категорий, использующихся при интерпретации фактического языкового материала, – **языковая способность, языковая компетенция, конвенциональный стереотип, медиакартина мира, медиатексты, медиаобразы.**
2. Установить приоритетность определенных СМИ как средств получения информации для рядового носителя русского языка.
3. Выявить отношение реципиентов к современным тенденциям в языке СМИ.
4. Выделить некоторую совокупность доминантных медиаобразов, регулярно и целенаправленно продуцируемых СМИ.

**Научная новизна.** Актуальность исследования обусловлена необходимостью детального изучения закономерностей вербального представления медиаобразов, формирующих специфические познавательные структуры. В настоящее время проблема находится в стадии постановки. Обобщающих публикаций по теме исследования нет, а необходимость в них велика.

**Теоретическая значимость** работы заключается в определении некоторых существенных характеристик вербальных медиаобразов и способов их воздействия на конвенциональные стереотипы.

**Практическая значимость.** Выводы исследования могут быть использованы в практике СМИ, так как при подготовке тех или иных медиапроектов необходимо учитывать универсальные механизмы деятельности масс-медиа, которые обеспечивают стабилизацию и

интеграцию общества, достижимую лишь в условиях адекватной репрезентации реальности. Кроме того, выводы могут быть интересны социологам и психологам, исследующим образ мира, ментальность, систему ценностей и приоритетов российского общества. Для этого направления научного исследования будут полезны намеченные нами пути в исследовании механизмов речевого воздействия и поведения, закономерностей социализации индивидуальных семантических изменений и установлений новых ассоциативных связей. Выводы могут быть использованы в школьной практике преподавания русского языка при решении ортологических задач, т.е. идентификации ошибок и поиска путей их исправления и устранения, с учетом психической природы феноменов мыслеречедеятельности и нормы, а также в изучении семантических законов в языке в целом, принципов соотношения семантики и синтаксиса в речи и в языке.

**Материалом** исследования послужили *тексты СМИ*, анкеты 245 испытуемых, а также высказывания 100 студентов, зафиксированные на диктофон и записанные дословно в форме письменного текста с учетом всех обнаруженных особенностей устного неподготовленного изложения (паузы хезитации, смена одного предложения другим, слова-паразиты и др.).

**Методы** исследования: 1) **анкетирование** для установления актуальности массмедиа в формировании информационной среды современного представителя русской лингвокультурной общности, 2) **ролевая игра** для выявления зависимости некоторых познавательных структур от регулярно и целенаправленно продуцируемых медиаобразов, 3) ассоциативный эксперимент. Полученный языковой материал сопоставлялся с данными РАС и САС, а также с результатами исследования, проводимого в рамках проекта «Томская инициатива» [Базовые ценности россиян, 2003].

**Апробация работы.** Основные разделы и наиболее значимые положения диссертации были представлены в форме докладов и тезисов на **научно-практических конференциях:**

- Научные чтения, посвященные памяти профессора Ф.М. Березина // «Языковое бытие человека и этноса: психолингвистический и когнитивный аспекты». – Московский гуманитарно-экономический институт, г. Москва, 11-12 мая 2004;

- 9-я Международная конференция по психологии и педагогике чтения «Грамотность без границ» (российский вариант европейского проекта). – Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, г. Москва, 14-16 января 2005;

- III Международная научная конференция «Национально-культурный компонент в тексте и языке». – Минский государственный лингвистический университет, г. Минск, 7-9 апреля 2005;

- Международная научная конференция «Язык и дискурс в современном мире». – Адыгейский государственный университет, г. Майкоп, 19-20 мая 2005;

- Всероссийская научно-практическая конференция «Проблемы изучения живого русского слова на рубеже тысячелетий». – Воронежский государственный педагогический университет, г. Воронеж, 29-31 октября 2005;

- а также на заседаниях кафедры психолингвистики МГЛУ.

Содержание диссертационного исследования отражено в **9 публикациях и статьях.**

На защиту выносятся следующие **положения:**

1. Существенным фактором переструктурирования познавательных структур, отражающих базовые ценности россиян, являются медиатексты, содержащие отклонения от языковой нормы.

2. Массовое тиражирование ошибок, разрушающих норму устной и письменной литературной речи, формирующее негативное отношение к

языковой норме (и опосредованно – к норме социальной вообще), способствует внедрению новых моделей межгрупповых и межличностных отношений, конструированию иных стереотипов поведения.

3. Деструктивными способами воздействия средств массовой информации на формирование образов сознания являются а) массовое тиражирование ошибок, так как с искажением языковой нормы искажаются и познавательные модели, репрезентированные в языке, б) внедрение новых моделей межгрупповых и межличностных отношений с помощью вербальных медиаобразов, в) языковое конструирование и внедрение иных стереотипов поведения, г) сверхактивное заимствование иноязычной лексики, что соответствует решаемой определенными группами социума задаче перестройки национального менталитета, д) изменение доли эмоционального компонента в структуре того или иного стереотипа, что служит «пусковым механизмом» изменения его актуальности в системе нравственных ценностей россиян.

4. Представление о низком уровне языковой компетенции как **норме** вербального поведения, внедряемое рядом СМИ, способствует деструкции языкового сознания.

5. Наше общество близко к формированию такого языкового сознания, в котором сленг, элементы просторечия и избыточные заимствования представляют новые специфические нормы и стереотипы социального поведения.

6. Формируемое СМИ языковое сознание современного человека требует совершенно иных повествовательных форм, где смысл многократно актуализируется посредством одновременно нескольких модальностей, так как любое ослабление жесткой схемы восприятия ведет к непониманию.

7. СМИ активно навязывают словарь определенной социальной группы, который посредством частотности формирует определенные языковые навыки, влияющие на познавательную деятельность индивида и механизм вербализации ментального содержания.



**Структура диссертации.** Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и двух приложений.

### **Основное содержание работы.**

Во **введении** обосновывается актуальность темы диссертации, её научная новизна, теоретическая и практическая значимость, формулируется объект и предмет исследования, определяются ее цель, задачи и методы.

#### **Глава 1. Теория языкового сознания и проблема содержания вербальных медиаобразов.**

Цель главы – теоретическое обоснование влияния языковой среды, задаваемое СМИ, на когнитивное и эмоциональное состояние индивида.

Глава состоит из пяти параграфов.

Первый параграф **«Языковая способность как основа формирования познавательных структур: психолингвистический аспект»** посвящен выявлению факторов, обуславливающих динамику языковой способности, и механизмов, делающих возможным это воздействие. Под языковой способностью мы понимаем универсальный механизм вербализации ментального содержания, представляющий собой совокупность оптимизирующих когнитивных стратегий, способный к развитию по законам функциональных динамических систем. Опираясь на работы В. фон Гумбольдта, Ф. де Соссюра, А.Н. Леонтьева, А.А. Леонтьева, Н. Хомского, А.М. Шахнаровича, И.А. Зимней, Р.М. Фрумкиной, Г.И. Богина, В.А. Пищальниковой, мы показываем, каким образом может осуществляться взаимное влияние языковой способности и речевых навыков. Соответственно результатом слабо развитых навыков языка является низкий уровень языковой способности. Отсюда можно предположить, что тексты с большим количеством ошибок не способствуют формированию навыков языка, разрушают языковую способность.

Во втором параграфе **«Тенденции исследования речевых ошибок как показателя низкой языковой компетенции»** аргументируется зависимость уровня языковой компетенции от характера и количества речевых ошибок, т.к. каждый тип речевых ошибок представляет собой нарушение определенной познавательной структуры, которая используется носителями языка в данном социуме. Таким образом, целенаправленно манипулируя дефектными познавательными структурами, можно еще более снизить языковую компетенцию реципиента и легко внедрить пропагандируемый СМИ медиаобраз. При этом даже ненамеренное использование таких структур ведет к подобному результату.

При анализе тенденций исследования речевых ошибок с неизбежностью встает проблема языковой нормы. Определению сущности процессов, влияющих на динамику этого сложного явления, а также роли СМИ в изменении системы норм современного русского языка, посвящен третий параграф **«Норма как динамическая функциональная категория»**. Современные российские СМИ активно способствуют интенсивному процессу так называемой демократизации языка: особенности разговорного языка / стиля постепенно проникают в язык СМИ, становятся нормативными его компонентами. Сближается понятие «нормативное» и «регулярное»: наиболее употребительные варианты активно формируют новую норму. Телевидение говорит «языком улицы», популяризируя сленговые, просторечные и даже инвективные выражения, способствуя автоматизации узусного явления, а затем и его типизации.

Изменения языковой нормы не могут не повлиять на социальную норму, на систему конвенциональных стереотипов, ценностей индивида и в целом на его сознание. Данной проблеме посвящен четвертый параграф **«Конвенциональный стереотип как динамическая функциональная категория»**.

Теоретическая глава завершается параграфом, посвященным таким понятиям, как медиакартина мира, медиатекст, медиаобраз. В нем

обосновывается ключевая для диссертационного исследования мысль о возможности вычленения особой медиареальности, оказывающей влияние на сознание индивида.

Итак, массмедиа являются основной средой значимых для общества видов коммуникации. Усиление процессов демократизации языка СМИ приводит к тому, что элементы разговорного стиля проникают в язык СМИ, становясь его нормативными компонентами. Ненормативная речь (особенно преднамеренно ненормативная) оказывает влияние на языковую личность, способствует формированию новых стереотипов и моделей поведения. Частотные ошибки в речи субъектов СМИ негативно сказываются на формировании определенных познавательных структур.

На эмпирическую верификацию данной гипотезы направлена работа, представленная во второй главе.

## **Глава 2. Исследование способов вербального воздействия СМИ.**

Данная глава состоит из описания двух этапов экспериментального исследования. Первый этап – это **анкетирование**, цель которого установить актуальность массмедиа в формировании информационной среды современного представителя русской лингвокультурной общности. Оно позволило выявить предпочтения реципиентов разных социальных и возрастных категорий относительно телевизионных каналов и радиостанций, а также характера передач.

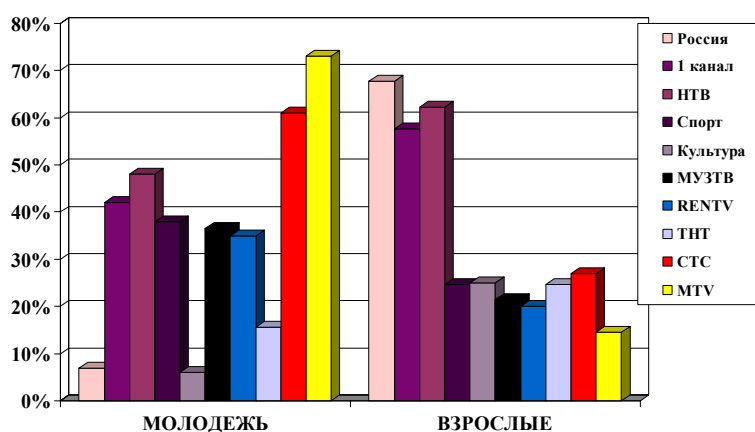
Для участия в анкетировании приемом сплошной выборки было отобрано 245 человек: школьники 11 классов Третьего Московского кадетского корпуса в возрасте 15-16 лет (60 респондентов: 40 мальчиков, 20 девочек), студенты 1 курса Московского гуманитарно-экономического института специальностей «Межкультурная коммуникация» и «Связи с общественностью» (55 респондентов: 35 девушек, 20 юношей) в возрасте 17-19 лет, 22 человека девушек-аспирантов в возрасте 23-33 лет, 24 учителя (4 мужчины, 20 женщин) в возрасте 22-50 лет, а также 84 военных слушателя Общевойсковой академии внутренних войск в возрасте 27-49 лет.

Реципиентам было предложено заполнить анкету их 23 вопросов, 12 из которых предполагали полный развернутый ответ или аргументацию своего выбора, что позволяло выявить непосредственное отношение реципиентов к современным тенденциям в языке СМИ.

Всего проанализировано 245 анкет, отказов не было; в 10 анкетах не обозначены мотивировки выбора того или иного ответа. По полученным результатам все испытуемые были условно объединены в две группы: молодежь (школьники и студенты в возрасте 15-19 лет, 60 человек мужского пола и 55 человек женского пола – 115 респондентов) и взрослые (42 человека женского пола и 88 человек мужского пола в возрасте 22-50 лет, имеющие высшее образование – 130 человек). Данные возрастные группы были получены исходя из общности ответов на вопросы анкеты.

Согласно полученным данным, 88,5% реципиентов первой группы любят смотреть телевидение и слушать радио (56 школьников и 45 студентов). Во второй группе 95,38% реципиентов любят смотреть телевидение и 85,38% любят слушать радио. Полученные цифры убедительно показывают, что *радио и телевидение являются приоритетными средствами получения социально значимой информации.*

Рейтинг телевизионных каналов выглядит следующим образом:



**Схема 1.** Рейтинг телевизионных каналов.

Согласно количественным данным анкетирования, самыми популярными среди молодежи являются следующие каналы: MTV (73%),

СТС (61%), НТВ (48%), а среди взрослых центральные каналы: Россия (68%), НТВ (62%), 1 канал (58%). Деятельность именно этих каналов формирует основные медиаобразы, именно эти телеканалы являются основной средой, представляющей большое количество социально значимой для общества информации.

Самыми непопулярными программами, как показывают данные нашего анкетирования, являются различного рода шоу как в группе молодежи (14,78%), так и в группе взрослых (4,6%), более того, 46% всех опрошенных назвали их в числе тех программ, которые не нравятся смотреть. При этом, согласно рейтингу популярности, 19,38 % всех опрошенных смотрят различные шоу, а сайты реалитишоу находятся в ряду наиболее посещаемых. Практически половина реципиентов говорит о том, что не смотрит шоу, но тем не менее число этих программ постоянно растет, и они выходят в эфир в самое рейтинговое время (вечерний эфир). Очевидно, что в продвижении этих программ заинтересованы определенные группы социума.

Мы провели **дополнительное анкетирование** в группе студентов Банковского колледжа № 45 (г. Москва). В данной группе испытуемых было 50 человек (12 юношей, 38 девушек) в возрасте 17-18 лет. Мы попросили реципиентов ответить на следующие вопросы:

- Объясните, в чем смысл реалитишоу «Дом 2», «Последний герой», «Голод», «Большой брат».
- Назовите имена нескольких участников реалитишоу «Дом 2», «Последний герой», «Голод», «Большой брат»
- Опишите запомнившиеся вам случаи из рассматриваемых в программах «Окна», «Запретная зона».
- Назовите имена ведущих известных вам шоу-программ.

В 86% анкет были получены ответы на все четыре вопроса. Только 4 человека написали, что не могут ответить, так как не смотрят телевизор или перечисленные программы. Отсюда, несмотря на то, что различного рода шоу воспринимаются молодежью как несерьезные, даже «глупые

программы», которые не нравятся и осуждаются, тем не менее их смотрят, возможно, не постоянно, но от случая к случаю.

Данные анкетирования показали, что *приоритетной стала развлекательная*, а не просветительская функция радио и телевидения.

Представленные данные связаны и с отношением реципиентов к языку современного телевидения. В группе молодежи обращают внимание на речь телеведущих 60%, замечают ошибки 67%, а для 14% реципиентов наличие ошибок не имеет значения, так как «важна сама передаваемая информация». При этом 50,43% реципиентов в общем довольны языком современного телевидения, так как он «прост и понятен», «такой же, как и язык сверстников», а 42,61% считают, что язык вульгарен; особенно реципиентам не нравится, когда «люди в возрасте» начинают говорить на молодежном сленге, «заикаются» и широко используют английские слова.

В группе взрослых обращают внимание на речь телеведущих 56,15%, замечают ошибки 76,92%. При этом 43,84% реципиентов в общем довольны языком современного телевидения, так как он «раскрепощенный», «современный», «всем понятный», «раскрывающий тему», «отвечает требованиям восприятия» – говорят «чисто», а 46,92% считают, что язык современных СМИ не является образцом правильной речи, в нем нарушаются нормы и правила, много иностранных, непонятных, неприличных слов, представляющих негативную информацию. Некоторые реципиенты указывают на то, что в языке СМИ акцентируются эмоции, а не факты.

Многие исследователи полагают, что наличие ошибок в речи публично выступающих людей способствует тому, что «наше увлечение передачей рассеивается, угасает, что мы уже отвлеклись от главной мысли, а то и просто потеряли ее. Причина заключается в том, что *выступающий не в полной мере владеет литературным языком*. Тогда как в публичной речи это абсолютно необходимо» [Зарва, [www.gramota.ru](http://www.gramota.ru)]. Но, как показывает наше исследование, наличие речевых ошибок не вызывает затруднений в

понимании предъявляемой информации практически для 50% опрошенных. Потому что медиатекст, будучи полимодальным, выполняет функцию репрезентации фрагмента реальности и актуализирует у реципиента определенные модели смыслопорождения, задействовав одновременно несколько модальностей.

Что касается радиоречи, то 78,26% реципиентам группы молодежи нравится речь радиоведущих: *она такая же, как и у самих испытуемых*, и только 23,48% считают, что речь радиоведущих вульгарная, глупая, грубая, с большим количеством слов-паразитов. В группе взрослых 52,3% реципиентов нравится речь радиоведущих, так как в ней «много юмора», она «обычная разговорная», как и у всех, «незакомплексованная», «простая» и «понятная»; а 41,54% считают, что речь радиоведущих бессмысленная, глупая, безграмотная, пошлая, некультурная, в ней много бранных, иностранных, «уличных» слов, сленга.

Речь служит средством передачи сообщений, но передача всегда есть только средство достижения других целей, конечной из которых является цель управления деятельностью собеседника. Строго говоря, сообщение не может быть передано, так как производство и восприятие сообщения предполагает наличие у коммуникантов некоторых знаний, необходимых для производства и понимания текста сообщения, а знания существуют в форме определенных идеальных образований в сознании общающихся (образов сознания). На эти идеальные образования можно только указать при помощи тел языковых знаков, т.е. сигналов, но их нельзя передать, их можно объяснить, пересказать при помощи других, идеальных образований, значений, например. Поэтому сообщение, вернее, его содержание, не передается, а конструируется слушающим (читающим) при восприятии тел языковых знаков, образующих текст. «Общность сознаний субъекта и объекта речевого воздействия, т.е. общность их знаний о мире и обществе – первая и основная предпосылка эффективности речевого воздействия» [Тарасов, 1990, с. 18]. Отсюда такая разница в отношениях к речи

радиоведущих среди взрослых и молодежи. Удивительно другое: практически 50 на 50 разделилось отношение к речи радиоведущих среди взрослых, здесь эффективность речевого воздействия, видимо, связана со способностью реконструировать мотив речевых действий.

Слушая речь другого человека, мы всегда стремимся за ясным значением слов увидеть их смысл, который открывается в ответе на вопрос: «Ради чего, зачем он это говорит?» Невозможность реконструировать мотив речевых действий говорящего делает его речь неясной и темной.

При этом очень важным фактором эффективного речевого воздействия является речь диктора, отвечающая требованиям той аудитории, на которую сориентировано сообщение: во-первых, нужно употреблять слова, доступные для понимания аудитории (например, не использовать усложненные синтаксические конструкции), а во-вторых, говорить на языке потребностей и мотивов аудитории [Леонтьев, 1972, с. 31].

Обе группы реципиентов выделяют следующие речевые ошибки:

**МОЛОДЕЖЬ**  
несоответствие  
видеоряда и  
комментариев

Ошибки в ударении;  
ошибки в склонении  
существительных,  
числительных;  
оговорки;  
паузы хезитации;  
дефекты речи;  
нарушение логики  
построения  
предложения;  
слова-паразиты;  
англицизмы;  
тавтология

**ВЗРОСЛЫЕ**  
использование  
нелитературных,  
ненормативных  
слов, сленга,  
сложные,  
замысловатые  
выражения.

## Схема 2. Ошибки, выделяемые реципиентами.

Только во второй группе в качестве ошибок называются нелитературные, ненормативные слова, сленг, т.е. те элементы речи, которые людьми в возрасте 15-19 лет допускаются в качестве «нормальных» при общении.



Мы считаем необходимым пояснить явления, выделенные информантами: паузы хезитации и англицизмы, так как, строго говоря, они не являются ошибками.

Паузы хезитации (которые реципиенты называли «мыканием», «эканьем», «заиканием», «запинанием» и т.п.), мы, вслед за Л.С. Выготским и А.А. Леонтьевым, рассматриваем как обусловленные тем, что высказывание не воспроизводится, а *производится* здесь и сейчас. При этом чем выше уровень языковой компетенции, тем меньше количество таких пауз. Возникновение пауз хезитации обусловлено прежде всего тем, что речь ведущего / журналиста не соответствует профессиональному уровню владения нормами публичной речи. В силу отсутствия необходимого *навыка* ведущий тратит больше времени на поиск нужного слова, в результате чего такая речь становится трудной для восприятия, для осознания, и поэтому оценивается реципиентами как ошибочная.

Что касается англицизмов, то здесь имеется в виду обилие иноязычной лексики в речи теле-, радиоведущих не всегда уместное и во многих случаях излишнее, сопровождающееся незнанием формы и значения (американский *freedom*).

Результатом такого отношения к ошибкам становится терпимость к жаргонной, грубопросторечной и инвективной лексике и фразеологии, так как эти элементы воспринимаются как признак доступности и простоты речи, снижающие ее до уровня понимания рядового обывателя (такая же, как и у самих испытуемых), лишаящие СМИ какой бы то ни было элитарности. Все это ведет к формированию специфических социальных, моральных, этических, эстетических норм и стереотипов, активно внедряемых СМИ в сознание носителей языка.

Второй этап экспериментального исследования посвящен выявлению зависимости познавательных структур индивидов от регулярно и целенаправленно продуцируемых медиаобразов. В качестве иллюстрации были выбраны стереотипы, связанные с понятием *власть*. Изменение

стереотипа власти началось с политических трансформаций и формирования нового русского политического языка. А.Н. Баранов даже называет дату его рождения. Это 1985 год, «когда гласность перестала быть просто словом русского языка, а стала определять наше общественное поведение, что создало реальные предпосылки для общественного диалога» [Баранов, Караулов, 1991, с. 13]. «Тот русский политический язык, называемый некоторыми зарубежными исследователями «деревянным», не мог быть языком диалога. Это был типичный ритуальный язык, функция которого заключалась не в выяснении позиции собеседника, а в фиксации того, что положение дел остается прежним. До тех пор пока политический язык остается ритуалом, общественного диалога не может существовать. Он возникает тогда, когда в обществе появляется возможность сформулировать и свободно высказать свои интересы – как интересы отдельного человека, так и интересы определенной социальной группы» [Баранов, Караулов, 1991, с. 13]. Но на смену официальному подготовленному диалогу приходит общение неподготовленное, и как результат – появление большого количества речевых ошибок. Например, *орфоэпические ошибки* (Ю. Лужков: «Правительство может кондитерАм дать оборотные средствА» - ТВ-Центр, 28.04.1999; Г. Кулик: «У правительства твердые намерЕния...» - ТВ-Центр, 06.10.1998); *неправильное управление* (Б. Немцов: «Он НЕСЕТ не меньшую ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В ТОМ, что сейчас происходит» - РТР, 01.06.1999; В.Рыжков: «Мы не хотим ТОРМОЗИТЬ ПЕРЕГОВОРОВ» - ТВ-Центр, 02.06.1999); *использование просторечных слов и фразеологизмов* (И. Хакамада: «Народ гибнет ПАЧКАМИ» - НТВ, 19.03.2004); *грамматические ошибки* (В. Жириновский: «Ваше коварство еще БОЛЕЕ ХУЖЕ» - РТВ, 07.09.1998; О.Гончаров: «Милиция стала БОЛЕЕ УСИЛЕНА» - НТВ, 19.03.2004); *неправильное склонение существительных и неподвластное никому, кроме В. Познера, склонение числительных* и т.д.

Более того, современные политики в своих публичных выступлениях нередко прибегают к жаргону криминальных группировок. Безусловно, это

дискредитирует политиков, но самое главное – внедряет в сознание «электората» мысль о том, что такое словоупотребление – норма.

Современные СМИ, а особенно рейтинговые каналы: 1 канал, Россия и НТВ, много говорят о коррупции и взяточничестве в органах власти, активно поддерживая характерное для России негативное отношение к правоохранительным органам. Так в газете «Комсомольская правда» вышел цикл статей под названием «Почему менты пытаются и берут взятки». В одной из них сразу же бросаются в глаза две фразы выделенных жирным шрифтом: «Милиция и бандиты из врагов превратились в бизнес-партнеров», «Зачем им охранять нас? Мы для них лишь кормовая база».

О состоянии законности открыто говорится не только на страницах газет, по радио и телевидению – впервые открыто об опасном положении в этой сфере сказано в докладе Генерального прокурора РФ перед Федеральным Собранием («Время новостей», 05.05.2002). Даже в интервью президента России В.В. Путина прозвучали следующие высказывания: «Наши граждане непонятно кого больше боятся – преступников или милицию»; «нужно отучать правоохранительные органы набивать карманы деньгами»; «власть должна быть ответственна, а у нас это далеко не всегда» («Россия», 18.11.04).

Фонд «Информатика для демократии» провел исследование, которое показало, что *половина* населения и 60% бизнесменов считают, что «взятка – необходимая часть нашей жизни». Все это ведет к тому, что, по данным исследования, проводимого, например, проектом «Томская инициатива», главным кластером смыслового наполнения понятия *власть*, стал кластер, посвященный негативной стороне власти. В него вошли следующие дескрипторы: *воровство, беззаконие, обман, жадность, взятки, бардак, угнетение, зависть, беспредел, произвол, безответственность, мафия, наглость, безобразие* и т.п. [Базовые ценности россиян, 2003, с. 245]. Более того, синонимом слова *беззаконие* стало пришедшее из воровского жаргона слово *беспредел*, которое, по данным исследования проекта «Томская

инициатива», заняло первое место в иерархии частотного распределения ассоциаций, а частотность ассоциации власти и беззакония имеет четвертое место в иерархии [Базовые ценности россиян, 2003, с. 269]! То есть массовое сознание россиян уравнивает по масштабности и значимости бандитскую преступность с нарушением закона властью. По данным опроса, проводимого газетой «Аргументы и факты», на прямой вопрос «Доверяете ли вы прокуратуре?» 90% граждан твердо ответили: «Нет», и только 9% - «Да». Не больше доверия испытывают они и по отношению к милиции: только 11% населения доверяет милиции, 71% – нет; суду соответственно – 12,5% и 64% («Независимая газета», 19.04.2002). Это подтверждают и данные проводимого нами эксперимента.

**Эксперимент** проводился в форме ролевой игры, в которой испытуемым предлагалось высказаться в течение двух минут на заданную тему: «Нет террору!». При этом на подготовку выступления давалось десять минут. После выступления или по ходу высказывания каждый мог задавать вопросы выступающему или вступить с ним в дискуссию. Кроме этого, высказываться на тему можно было не обязательно со своей позиции, а можно было представить позицию авторитетных для испытуемых лиц.

Для участия в эксперименте приемом сплошной выборки было отобрано 100 человек: 50 студентов 1 курса Московского гуманитарно-экономического института, обучающихся по специальности «Журналистика», в возрасте 17-18 лет, и 50 студентов 5 курса Московского института лингвистики, обучающихся по специальности «Межкультурная коммуникация», в возрасте 21-22 лет.

Речевая деятельность студентов фиксировалась на диктофон, в дальнейшем дословно, с учетом всех обнаруженных особенностей устного изложения (паузы хезитации, смена одного предложения другим, слова-паразиты и т.п.), высказывания были записаны в форме письменного текста.

**Анализ** полученного материала показал, что современная структура стереотипа *власть* выглядит следующим образом:

### ВЛАСТЬ

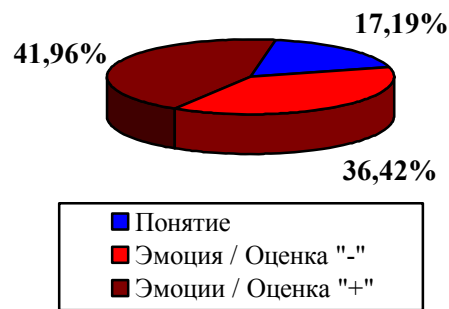


Схема 3. Современная структура стереотипа *власть*.

Мы сравнили полученные результаты с данными Русского ассоциативного словаря 1996, согласно которому структуру стереотипа «власть» конца 80-х г.г. можно представить следующим образом:

### ВЛАСТЬ

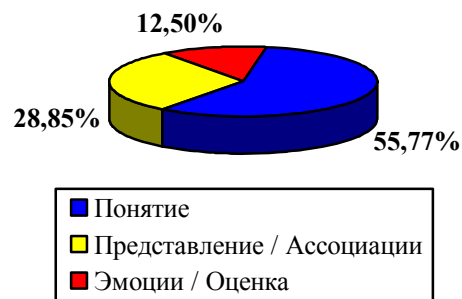


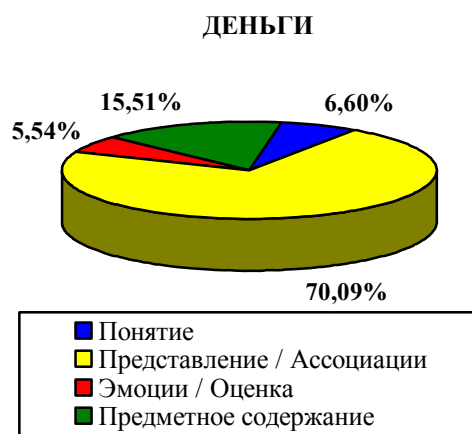
Схема 4. Структура стереотипа *власть* конца 80-х г.г. (по данным РАС).

Наличие **78,38%** реакций, имеющих ярко выраженную эмоциональную окраску, в структуре современного стереотипа *власть* говорят о том, что именно эмоциональный компонент стереотипа власти стал «пусковым механизмом» изменения его актуальности в системе нравственных ценностей россиян. Изменяя значимость того или иного семантического признака

значения в зависимости от его эмоциональной окраски, можно легко выстраивать определенные познавательные структуры, эмоции определяют возможные формы поведения субъекта, определяют направленность его в принятии решения. Эмоциональный компонент стереотипа *власть* невозможно отделить в современной структуре от представления и ассоциаций, так как они носят ярко выраженный оценочный характер. Это становится возможным вследствие реализации ряда факторов: 1. прямой негативной оценки деятельности правительства и правоохранительных органов; 2. использования дефектных познавательных структур, снижающих языковую компетенцию, что позволяет легко внедрять нужный образ сознания; 3. этнического фактора, разрушающего традиционное благожелательное отношение к соседям; 4. использования слов, размывающих семантику высказывания (например, *как бы*, встретившееся в речи испытуемых 56 раз), что позволяет не только смягчить возможное неблагоприятное впечатление от излагаемой информации, но и искажает ее, способствуя виртуализации реальной действительности. Произошло разрушение сложившегося **представления** о власти, на место которого пришла оценочность, вызывающая только негативную либо позитивную **эмоцию**, что позволяет легко внедрять пропагандируемые СМИ медиаобразы.

По нашим данным намечается тенденция переосмысления понятий *взятка, государство, террорист, журналист и т.д.* В **28,17%** реплик взятка не осуждаемый, а необходимый, следовательно, оправданный элемент выживания в современном мире. На наш взгляд, подобное отношение к взяткам напрямую связано с изменением отношения к деньгам.

Мы сравнили содержание стереотипа «деньги» по данным РАС 1994 г. и данным САС 2004 г.



**Схема 5.** Структура стереотипа «деньги» (конец 80-х г.г.).



**Схема 6.** Структура стереотипа «деньги» (2004-2005 г.г.).

Принципиальных отличий в структуре стереотипа *деньги* по сравнению с концом 80-х годов не наблюдается, кроме количественного увеличения эмоционально-оценочного компонента практически в 3 раза, что свидетельствует о резком изменении *содержания* исследуемой структуры. Более того, появилась новая частотная реакция *богатство*, в добавление к много, большие, власть. По данным И.Г. Бескорвайной, концепт *богатство* выглядит следующим образом: понятие 12,7%, представление 64,0%, эмоции и оценки 21,3%, ассоциации 1,9% [Бескорвайная, 2004, с. 75]. При этом

эмоционально-оценочный компонент расширяется за счет возросшего количества эмоционально *положительных* реакций и оценочных ассоциатов – это благополучие, могущество, щедрость, хорошо, процветание, достаток и др. Отсюда положительное отношение к деньгам и богатству, пусть это зло, но зло желаемое, вопреки устойчивому убеждению в том, что для русского человека богатство это однозначно плохо. Поэтому и взятка рассматривается как определенного рода доход, незаконность которого не является актуальной в контексте выживания: «семью кормить надо», а зарплата маленькая.

Большую роль в формировании такой позиции играет Запад с его моралью успеха, откровенным прагматизмом, интересом к материальной выгоде для себя лично, желанием самоутвердиться в глазах окружающих, массово популяризуемыми через СМИ.

Деятельность нашего государства испытываемые постоянно сравнивают с США, которые делают «гораздо больше и лучше». Как и большинство населения нашей страны, испытываемые все претензии склонны предъявлять государству, которое воспринимается единственной инстанцией, ответственной за все, что происходит в стране. Массово транслируемые репортажи о преступности, коррумпированности чиновников на всех уровнях, угрозе терроризма и т.п. формируют определенный образ действительности в современной России. В такой ситуации граждане требуют от государства защиты, безопасности, наведения порядка в стране, «сплочения народа». При этом самым виноватым оказывается правительство. Кроме того, безопасность ассоциируется у россиян с государством далеко не в первую очередь.

Интересно, что образ Российского государства для русских имеет специфическое значение: если речь идет о государстве, то оно «российское» (неявно сливается со словом «русский»), тогда как «русский» – это всегда «российский». При этом в СМИ постоянно подчеркивается оценочная асимметрия русский / российский, причем все более укрепляется



соотношение русский = негативное (в лучшем случае нейтральное), российский = позитивное, либо нейтральное. Например, «я, будучи за границей, называю свою непрестижную русскую национальность и готова отвечать за принадлежность к этой неблагополучной нации... Пусть у нас все будут россиянами... Убрать национальную идентичность из этнического сознания» (В. Новодворская, «Зеркало», 26.10.97). В нашем эксперименте ни разу не встретилось слово *русские* – называя себя, испытуемые говорили: «россияне», «коренная россиянка».

В репликах наших испытуемых не присутствует понятийного компонента стереотипа *террорист*, а превалирует представление, согласно которому террорист получает оправдание. Плохие те, кто не могут обеспечить безопасность, кто берет деньги и продает оружие, но не террорист, которого вынудили на убийство какие-то обстоятельства, но тем не менее террориста нужно бояться, нужно принимать какие-то меры. Угроза терроризма стала восприниматься не как нечто осуждаемое, а как нечто неизбежное, к чему нужно быть готовым, а это во многом задано медиареальностью, где терроризм освещается каждый день как неотъемлемый элемент нашей жизни.

Журналист – это человек, который должен быть объективным (так считают 38% испытуемых), но ради заработка, повышения рейтинга канала и своей безопасности (чтобы не «убили за правду») он *готов переступить через этические нормы*, и это по большей части оправдывается, потому что обосновывается необходимостью выживания в наших условиях (так считают 25% испытуемых). И в данном случае уровень жизни (необязательно низкий) и всевластие денег являются оправданием любых негативных действий, даже тех, которые публично осуждаются.

Таким образом вербализованные признаки понятий «взятка», «государство», «журналисты» и «террористы» являются отражением определенных медиаобразов, массово транслируемых в современных СМИ. Более того, стереотипы, навязанные СМИ, являются прочными

*образованиями, которые без всякой аргументации встраиваются в сознание индивида, в результате чего происходит сдвиг фиксированных социальных установок, меняется отношение личности к ценности, объекту или символу.*

Речь реципиентов отличалась большим количеством пауз хезитаций, вводных слов, слов-паразитов, т.е. для будущих филологов и журналистов речь официально высказывающихся лиц отличается от повседневной разговорной речи. Поэтому так много времени тратится на поиск нужного слова, но избежать просторечных выражений тем не менее не удастся.

Формирование и корректировка языковой картины мира могут зависеть от интенсивного употребления довольно ограниченного числа лексических единиц, которые, выступая первоначально как фоновые, по мере употребления их с нарастающей частотностью, обретают (хотя бы на какое-то время) статус ключевых. Это не зависит всецело от их частеречной принадлежности: слово, являющееся служебным, вследствие его высокой употребительности, способно стать чем-то вроде символа эпохи, при отсутствии лексического значения – получить чрезвычайную социокультурную значимость не потому, что обогащает смысл текста, а потому, что размывает его содержание. Самый наглядный пример этого – сочетание *как бы*. Статистическое обследование текстов показывает, что это одна из наиболее употребительных категорий в русском языке: в речи наших испытуемых это слово встретилось **56** раз.

Лексико-грамматическую характеристику *как бы* трудно считать строго и окончательно определенной, вероятно, она осложняется многообразием функциональных ролей, которые признано играть это сочетание в сегодняшнем дискурсе, семантической неполнозначностью, диффузностью, что в какой-то степени объясняет и обеспечивает его широкое употребление речедателями разных возрастов, социальных статусов, культурно-образовательных уровней и профессиональной принадлежности.

Расплывчатость семантики слова *как бы* и других подобных слов, обычно придающая сообщению некую условность, моделирует незавершенность (недоговоренность) высказывания, позволяет говорящему снять с себя ответственность за его содержание. Можно заметить, что во многих случаях сочетание *как бы* используется также и для связи слов в предложении, точнее говоря, для заполнения семантических пустот, для маскировки паузы при обдумывании ответа на заданный вопрос. В нашем эксперименте большей частью *как бы* были использованы именно с этой целью. Сочетание *как бы*, зачастую употребляемое вследствие невысокой культуры устной речи адресанта и, вероятно, его мышления, может выступать и как своеобразная риторическая фигура: когда адресант намекает (или имитирует намек) на какие-то хорошо известные и ему и адресату обстоятельства. С помощью сочетания *как бы* производится эвфемизация высказывания, которая нередко не только не смягчает возможное неблагоприятное впечатление от излагаемой информации, но и искажает ее.

Итак, *как бы*, несомненно, слово-паразит, поскольку затрудняет восприятие речи, а вовсе не облегчает его, если только не считать *как бы* сигналом, предупреждающим в ряде случаев о том, что следующая непосредственно за ним часть высказывания заслуживает особенно пристального внимания и осмысления, чтобы лучше выяснить подлинные интенции говорящего. Кроме того, сегодня избыточное употребление *как бы* вряд ли удостоверяет высокообразованность выступающих на телевидении. Более того, мы допускаем, что частотность употребления *как бы* в речи наших испытуемых повысилась именно вследствие влияния телевидения. Однако глубинная, подлинная причина повседневного и повсеместного распространения *как бы* состоит в другом: оно как нельзя лучше отвечает потребности социума в выражении адекватного представления о неустойчивой, нестабильной окружающей действительности, что позволяет легко внедрять пропагандируемый СМИ медиаобраз.

Тиражируясь и распространяясь телевидением, сочетание *как бы* оказывает *негативное влияние на общественное сознание*. Под влиянием языкового содержания слова картина мира неосознаваемо утрачивает четкие очертания, становятся зыбкими этические основы, расплываются духовные ценности, этносоциокультурные нормы становятся необязательными.

**Заключение** содержит основные выводы, сделанные на основании результатов исследования, намечаются дальнейшие перспективы исследования.

В **приложении** приводятся анкета, используемая на первом этапе экспериментального исследования, и письменная запись речевой деятельности студентов, принимающих участие во втором этапе эксперимента.

Содержание диссертационного исследования отражено в следующих **публикациях и статьях**:

1. Крылова Н.А. (Христова Н.А.) Реклама как объект психолингвистического исследования // Текст: структура и функционирование: Сборник научных статей. Вып. 5. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2001.

2. Христова Н.А. Речевые ошибки как фактор деструкции познавательных структур // Грамотность без границ (российский вариант европейского проекта): Журнал Международного института чтения. – Вып. 3 – Москва: Изд-во МИИ, 2005.

3. Христова Н.А. Речевые ошибки как часть современного политического дискурса // Политический дискурс в России – 8: Материалы рабочего совещания. – Москва: Изд-во Диалог МГУ, 2005.

4. Христова Н.А. Деструкция конвенционального стереотипа «власть» (на материале медиатекстов) // Вестник МГЛУ. Вып. 511. Языковое сознание и культура. Серия лингвистика. – Москва, 2005.

5. Христова Н.А. Вербальные способы деструкции конвенциональных стереотипов языка (на материале СМИ) // Национально-культурный

компонент в тексте и языке: Материалы докладов III Международной научной конференции под эгидой МАПРЯЛ, Минск, 7-9 апреля 2005 г.: В 3 ч. Ч. 2. – Минск: МГЛУ, 2005.

6. Христова Н.А. Факторы формирования специфических образов сознания (на материале медиатекстов) // Язык и дискурс в современном мире: Материалы докладов Международной научной конференции, Майкоп, 19-20 мая 2005 г. – Майкоп: АГУ, 2005.

7. Христова Н.А. Речевая деятельность СМИ как фактор деструкции конвенциональных стереотипов языка // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения. – С-Петербург, 2005.

8. Христова Н.А. Медиатексты как средство формирования специфических образов сознания // Языковое бытие человека и этноса: психолингвистический и когнитивный аспекты. Вып. 9 – Москва: МГЭИ, 2005.

9. Христова Н.А. Вербальные способы деструкции познавательных структур (на материале СМИ) // Проблемы изучения живого русского слова на рубеже тысячелетий: Материалы докладов Всероссийской научно-практической конференции, Воронеж, 29-31 октября 2005 г. – Воронеж: ВГПУ, 2005.