

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.4.48>

Бородянская Екатерина Андреевна

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТРОПОВ ДЛЯ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОГРАММАХ СОВРЕМЕННОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

В последнее время возрастает роль массмедийной коммуникации и происходит усиление речевого воздействия на общественное сознание в средствах массовой информации. Журналисты и телеведущие активно используют различные тропы и фигуры речи, тем самым привлекая внимание аудитории к своим материалам. Языковую составляющую также дополняют визуальные средства выразительности, такие как видеоряд, монтаж, графика и музыкальное сопровождение. Всё это вместе образует мощный суггестивный эффект. В данной работе были рассмотрены использование тропов в информационных программах современных отечественных телеканалов и механизмы их воздействия на аудиторию.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2019/4/48.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2019. Том 12. Выпуск 4. С. 232-235. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2019/4/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

21. <https://yandex.ru/turbo?text=https%3A%2F%2Fwww.kp.ru%2Fonline%2Fnews%2F3367929%2F&d=1> (дата обращения: 15.03.2019).
22. **The New Encyclopaedia Britannica**. Micropaedia: in 30 vols. Chicago: The University of Chicago, 1974. Vol. 10. 809 p.
23. **Tournier M.** L'envers de 1900. Le lexique des luttes et de l'organisation ouvrières en France // Mots. 1982. № 5. Octobre. P. 118-119.
24. **Tournier M.** Les jaunes: un mot-fantasma à la fin du 19^e siècle // Mots. 1984. № 8. Mars. Numéro spécial. L'Autre, l'Etranger, présence et exclusion dans le discours. P. 125-146.

**COLOUR HAS MEANING VS COLOUR DOESN'T HAVE MEANING
(SYMBOLISM OF YELLOW COLOUR IN REPRESENTATION OF SOCIAL MOVEMENTS IN EUROPE)**

Borodulina Nataliya Yur'evna, Doctor in Philology, Associate Professor
Makeeva Marina Nikolaevna, Doctor in Philology, Professor
Glivenkova Ol'ga Anatol'evna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Tambov State Technical University
nat-borodulina@yandex.ru; marnikma@inbox.ru; olga-glivenkova@rambler.ru

Within the framework of pragmatics, the article considers the features of the symbolic interpretation of yellow colour in relation to social protests in Europe of the XIX-XXI centuries by the material of the Russian, English and French languages. The authors illustrate the appearance of new economic terms based on the symbolism of yellow colour. The change of the association focus is shown in the diachronic aspect. The modern understanding of colour symbolism in protest movements, trade union actions and national revolutions is complemented by the analysis of the intersection of colour symbolism with metaphors, neologisms and phraseological units, axiological assessments of the current social movement in Europe.

Key words and phrases: symbol; colour symbolism; phraseological unit; neologism; metaphor; representation; association; connotation.

УДК 808

Дата поступления рукописи: 14.02.2019

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.4.48>

В последнее время возрастает роль массовой коммуникации и происходит усиление речевого воздействия на общественное сознание в средствах массовой информации. Журналисты и телеведущие активно используют различные тропы и фигуры речи, тем самым привлекая внимание аудитории к своим материалам. Языковую составляющую также дополняют визуальные средства выразительности, такие как видеоряд, монтаж, графика и музыкальное сопровождение. Всё это вместе образует мощный суггестивный эффект. В данной работе были рассмотрены использование тропов в информационных программах современных отечественных телеканалов и механизмы их воздействия на аудиторию.

Ключевые слова и фразы: телевидение; речевое воздействие; тропы; фигуры речи; публицистический текст; манипуляция; средства массовой информации.

Бородянская Екатерина Андреевна

Российский государственный социальный университет, г. Москва
kate.borodyanskaya@yandex.ru

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТРОПОВ ДЛЯ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ
В ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОГРАММАХ СОВРЕМЕННОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ**

Современные средства массовой информации выполняют информационную, рекреативную, образовательную, коммуникативную и другие функции. Но одной из наиболее значимых можно назвать функцию формирования общественного мнения или же идеологическую. При помощи средств массовой информации население узнает о важных событиях, которые произошли в стране и мире; о том, какие изменения произошли в законодательстве и общественной жизни в целом. Материалы на телевидении почти всегда сопровождаются комментариями политиков, экспертов, очевидцев, свидетелей и т.д. Они высказываются на определенную тему, зачастую дают оценки произошедшего. Это, в свою очередь, влияет на формирование общественного мнения. Притом одни и те же факты можно преподнести по-разному. Всё зависит от того, как их подать, чьи комментарии включить в материал и какими словами об этом рассказать. Всё это в руках сотрудников средств массовой информации.

В нашей работе мы рассмотрим языковую составляющую информационных материалов современных российских телеканалов, а если точнее, то использование тропов и их влияние на общественное сознание. В настоящей статье мы ставим **задачи** проанализировать чаще всего используемые тропы в материалах информационных программ отечественного телевидения и рассмотреть механизмы их влияния на сознание потребителя информации.

Для начала обратимся к истории. Различные тропы и фигуры речи использовались ораторами еще в древности. Риторы пытались воздействовать на аудиторию при помощи красноречия, применяли конструкции, которые усиливали выразительность произносимого текста. Да и само понятие «троп» произошло от греческого «тропос», что означает «оборот».

Современные политики, деятели культуры и искусств, журналисты, телеведущие для оказания влияния на аудиторию также прибегают к помощи тропов и различных фигур речи. При этом они стараются воздействовать не только на разум потребителя информации, но и на его чувства, вызывая определенные эмоции. При помощи своей речи они создают некий образ, зачастую стимулируют при этом воображение слушателя.

Тропы и фигуры речи относятся к приемам выразительности. К тропам относят метафору, гиперболу, литоту, сравнение, эпитеты, метонимию и т.д., к фигурам речи – градацию, антитезу, повтор, единоначалие, параллелизм, риторические вопросы, вопросно-ответные конструкции и другие. Все они могут как быть средствами манипуляции, так и не быть ими. Здесь важно определить, намеренно ли автор материала использует различные приёмы выразительности для достижения суггестивного эффекта или же нет. Все зависит от смысла, заложенного в них, от отношений спикера и слушателя, от критического восприятия информации слушателем и от других факторов. Ведь «если читатели или слушатели на подсознательном уровне воспримут установки текста (речи) и начнут их выполнять, текст относится к суггестивным» [5, с. 4].

В нашей работе мы решили наиболее подробно остановиться именно на тропах, поскольку охватить и тропы, и фигуры речи в рамках данного исследования чрезвычайно сложно, как и рассмотреть их применение в информационных программах современного отечественного телевидения. **Актуальность** данной статьи обусловлена усилением речевого воздействия на потребителя информации за последние годы. Научная **новизна** заключается в определении механизмов речевого воздействия на аудиторию.

Одной из основных разновидностей тропов считается сравнение. Это «образное выражение, построенное на сопоставлении двух предметов или состояний, имеющих общий признак. Сравнение предполагает наличие трёх компонентов: во-первых, того, что сравнивается, во-вторых, того, с чем сравнивается, в-третьих, на основании чего одно сравнивается с другим» [1, с. 18].

Так, на телеканале НТВ в программе «Сегодня» за 6 февраля 2019 года [10] корреспондент сравнивает возобновление торговли с Россией с мечтой, дополняя, что она пока только несбыточная. Таким образом, именно несбыточность ожиданий и вера в будущее, по словам автора материала, являются общими признаками со сложившейся ситуацией в торговых отношениях между Польшей и Россией.

На телеканале «Россия 1» в программе «Вести» за 6 февраля 2019 года [8] корреспондент говорит: «Его встречали аплодисментами. По коридору суда иностранец-сектант вышагивал как герой, улыбался». «Вышагивать как герой» в данной ситуации значит быть принятым публикой, выходить под аплодисменты и при этом не испытывать чувства раскаяния. Именно это и хотел передать автор материала, играя словами и представляя, какая на самом деле действительность. Человек, которого встречают как героя, оказался сектантом. Ему был вынесен приговор в зале суда. Видимо, для того чтобы показать всю абсурдность ситуации, корреспондент прибегает к такому образному сравнению.

А вот в информационной программе «Первого канала» (программа «Время», 6 февраля 2019 года) [9] в материале про кругосветное путешествие по южным широтам Фёдора Конюхова корреспондент сравнивает волны с многоэтажным домом, сообщая: «...там и волны высотой с десятиэтажку, и айсберги в длину, только вздумайте, по 200 километров и вокруг на тысячи миль – никого». Такие образные сравнения при обращении к воображению пугают. Человек находится один на один со стихией, которая выглядит в условиях мегаполиса (десятиэтажный дом) величественно и устрашающе. Что уже говорить о том, насколько устрашающей она будет казаться обычному человеку, оказавшемуся в океане.

Сравнения с помощью силы образов помогают зрителям понять то, что сразу не считаешь и не осознаешь. Кто знает, сколько метров в длину составляет десятиэтажный дом? Большинству зрителей придется либо обратиться к помощи Интернета, либо самому подсчитать его высоту. Намного проще представить десятиэтажку.

При помощи сравнений авторы материалов передают отношения между людьми и между странами, не просто констатируют факт, а прибегают к помощи языковых конструкций с определенной эмоциональной окраской. Так, «несбыточная мечта» или «головная боль» не ассоциируются с чем-то хорошим у любого человека. Поэтому человеку, не обладающему специальным образованием, понять экономические отношения на таких примерах намного проще.

К следующему виду тропа относится эпитет как художественное и образное определение. При расширенном толковании эпитет – это «не только прилагательное, определяющее существительное, но и существительное-приложение, а также наречие, метафорически определяющее глагол» [7]. Среди примеров использования эпитетов на современных отечественных телеканалах можно назвать «блестяще проведенный чемпионат мира по футболу», «ещё одна золотая медаль восходящей звезды мирового спорта», «Логинов скрывается за снежной пеленой», «прорывные идеи, с которых начались истории успеха», «без грубых фальсификаций», «последние пять лет после переворота стали самыми чёрными в истории Украины», «принесёт долгожданный мир», «на тысячи миль никакой суши, только бескрайний бушующий океан», «прогноз погоды снова неутешительный» («Первый канал», 6 февраля 2019 года) [9], «монотонное выступление» («Россия 1», 6 февраля 2019 года) [8].

Как мы видим, сотрудники современных отечественных телеканалов довольно часто в своих материалах используют эпитеты. Это связано с возможностью наиболее ярко описать событие или предмет, тем самым обогатив содержание высказывания.

Часто в информационных материалах встречается перифраза – «замена слова описательным выражением, которое позволяет охарактеризовать какие-либо признаки того, о чем говорится» [1, с. 21]. Так, на телеканале НТВ в программе «Сегодня» за 6 февраля 2018 года [10] корреспондент в стендапе называет новую дорогу артерией, по которой циркулируют составы с металлом и углем. Это сравнение выбрано не случайно, поскольку схоже по признакам: по артерии постоянно циркулирует кровь, а по железнодорожному полотну бесперебойно будет осуществляться движение составов. Кроме того, в репортаже используется перифраза «бархатный путь» как характеристика хорошей, гладкой дороги.

А вот на телеканале «Россия 1» 1 января 2019 года [8] использовали такую перифразу: «Комик Зеленский будет бороться за главное кресло в стране». В данном случае под «главным креслом страны» понимается избрание Зеленского в президенты Украины.

Зачастую журналисты в своих материалах используют перифразы, чтобы избежать тавтологии. Кроме того, именно этот прием помогает сделать речь более яркой. Но, к сожалению, некоторые из перифраз стали журналистскими штампами. Так, зрители уже привыкли, что лес стал лёгкими города, а такая болезнь, как СПИД, – чумой XXI века. Вместе с тем «многие учёные рассматривают перифразы как разновидность идиом (фразеологизмов в узком понимании этого слова) или как потенциальные идиомы, поскольку многие из этих языковых единиц приобретают устойчивую воспроизводимость в языке средств массовой информации» [2, с. 28].

Не менее популярным видом тропа можно назвать метафору. В современной лингвистике о значении метафоры в манипуляции пишут многие учёные, среди которых С. Г. Кара-Мурза, М. Р. Желтухина, Н. В. Цветкова, А. П. Чудинов, Г. А. Копнина и другие. Метафорами как средствами манипуляции занимаются не только лингвисты, но и психологи (Г. Ф. Черячукин, Е. Л. Доценко и другие).

«Метафора – перенесение наименования с одного объекта (предмета, лица, явления) на другой, сходный с первым в каком-либо отношении. В расширенном смысле термин “метафора” применяется к любым видам употребления слов в непрямом значении» [6, с. 119]. С. Г. Кара-Мурза отмечал, что «чем парадоксальнее метафора (то есть чем дальше она отстоит от реальности), тем она лучше действует» [4, с. 442]. Так, при описании технических новшеств в авиации в репортаже на «Первом канале» за 6 февраля 2019 года используется метафора «умные камеры» [9].

А вот еще один пример из информационной программы «Первого канала» [Там же]: «Ой, тёпленькая пошла! Контрасты погоды в центральной России. Синоптики обещают температурные качели» (11 января 2019 г.). Кстати, этот пример – из шпигеля программы, где наиболее часто используются различные фигуры речи и тропы. Анонсируя выпуск, сотрудники телекомпаний стараются уместить в 1-2 предложения смысл материала. Кроме того, журналистам и телеведущим важно «зацепить» зрителя для того, чтобы он не переключил телеканал. Для этого как нельзя лучше подходят образные средства выразительности.

На телеканале «Россия 1» в информационной программе за 6 февраля 2018 года корреспондент упоминает о том, что «Стивен Сигал, продолжая музыкальную тему, совсем не в качестве приглашенной звезды...» [8]. В данном случае под словом «звезда» понимается знаменитость. Всё в том же выпуске другой журналист говорит о том, что «развернуться помогает поддержка от государства». В данном случае «развернуться» означает заработать в полную силу, раскрутиться.

Зачастую метафору разделяют на типы: образную, номинативную, когнитивную, генерализирующую. Наиболее популярной в языке телевизионных корреспондентов и телеведущих можно назвать образную метафору. Хотя и остальные типы используются в материалах сотрудников телекомпаний.

Употребление метафор в телевизионной речи, вероятнее всего, связано с желанием корреспондентов воздействовать на ассоциативное мышление зрителей. Ведь метафора рождает устойчивый образ, который возникает сразу при упоминании слова или словосочетания. Кроме этого, использование метафор помогает сделать текст доступным и интересным, а это напрямую связано с рейтингом программы.

Использование же иронии в телевизионных текстах также присуще российским журналистам. «Ирония – употребление наименования или даже целого высказывания в прямо противоположном буквальному смысле, намеренное утверждение противоположного тому, что на самом деле думает говорящий» [1, с. 22]. Чаще всего «ироническая окраска текста понимается читающим или слушающим за счет владения фоновыми знаниями (знанием ситуации, культурных или иных реалий)» [6, с. 77]. Так, в информационной программе «Время» («Первый канал», 12 декабря 2018 года) телеведущий Кирилл Клейменов использует иронию в своей речи: «Ну а теперь эмоциональный момент. Бывают в жизни минуты, когда даже ведущие программы “Время” не могут сдержать волнение. А они, как мне хорошо известно, даже на пороге ЗАГСа стоят абсолютно спокойно. Старейшая программа новостей в стране, чего вы хотели? А вот придет оно, волнение, большое, как глоток, и пришло. Даже говорить трудно. Но Вы уже поняли. Вы-то молча поняли, а я тут должен говорить за всех. Один за всех. Ладно, короче. Тереза наша Губертовна, именно сейчас, именно в это самое время, когда я пытаюсь что-то сказать, чем-то заполнить паузу, что ли... В общем, списывают её, дорогую нашу, на берег, и возможно, спишут. Больше всего, если честно, я боюсь, что её туда... к Скрипалям поближе отправят... Если это случится, и мы больше не встретимся, дорогая Тереза Губертовна! Да что там, Губертовна, просто Тереза, мы запомним тебя такой (под музыку идёт видеоряд). А пока посмотрите сюжет Тимура Сиразиева о том, как протесты со своим нынешним премьер-министром пытается Британия» [9].

Как мы видим, вся речь телеведущего построена на игре слов и на иронии. Дополняет языковую иронию и видеоряд, который транслируется на экране, расположенном позади Кирилла Клейменова. Для того чтобы понимать, о чем идет речь, необходимо понимать и контекст.

А вот еще один пример иронии – на этот раз в информационной программе телеканала «Россия 1» (программа «Вести», 6 февраля 2019 года). «Короткие итоги запоздавшего из-за продолжительного шатдауна обращения Трампа к конгрессу сегодня подводят там, где американский лидер бывает чаще всего, – в Твиттере. Оттуда, пока Трамп говорил, не выходила его главный оппонент – спикер палаты представителей США Ненси Пелоси. После 30 гневных комментариев в сети о том, что – цитата: “Трампу плевать на страдания американцев от политических трюков Белого дома и проблемы так и не решенного вопроса здравоохранения” – спикер скрипела зубами, сверлила затылок президента глазами. Затем, едва сдерживая смех, взялась на бумажную работу. А напоследок так поаплодировала выступавшему, что сама стала мемом в Твиттере, как и сидевший неподалёку однофамилец Трампа одиннадцатилетний школьник из Далавэра, которому фамилия с недавних пор мешает спокойно заходить в класс. От рукопожатия первой леди США он, подумав, отказался. И, видимо, подустав и от такой жизни, и от монотонного выступления американского лидера, уснул. А проснулся знаменитым» [8].

В этом случае, как и в предыдущем, для понимания иронии необходимо знать и понимать контекст речи.

Встречаются в материалах телевизионных корреспондентов и другие обороты речи, но перечисленные выше, на наш взгляд, наиболее популярны в современных электронных средствах массовой информации. Причем, проанализировав 3 крупных федеральных телеканала («Первый канал», «Россия 1», «НТВ»), можно смело сказать, что на всех этих каналах используются языковые тропы. Практически в каждом материале нами отмечены средства выразительности речи. Чаще всего тропы употребляются журналистами для создания определенных образов и стереотипов, что обладает высокой степенью суггестивности. Таким образом, «язык СМИ также помогает воздействовать на адресата и вызывать у него в определенной ситуации нужные эмоции, разделяя действительность на “свою – хорошую” и “чужую – плохую”. В масс-медиа дискурсе постоянно “звучит голос эмоций”, как положительных, так и отрицательных, который дает основание для проявления суггестивности тропов» [3]. На наш взгляд, речевое воздействие при помощи тропов происходит из-за обращения к воображению телезрителя, а также силы образов и стереотипов, которые зачастую основаны на базовых человеческих ценностях, таких как безопасность, развитие и так далее, а уже потом на конкретных мотивациях определенного человека. Всё это можно назвать механизмами речевого воздействия при помощи тропов. Мощная сила исторической памяти, ценностей и убеждений посредством тропов эффективно воздействует на сознание и чувства потребителя информации.

Список источников

1. Балахонская Л. В., Сергеева Е. В. Лингвистика речевого воздействия и манипуляция: учеб. пособие. М.: Флинта; Наука, 2016. 352 с.
2. Баско Н. В. Фразеологизмы в языке современных российских СМИ: лексикографическое описание: монография. М.: КДУ; Университетская книга, 2016. 192 с.
3. Желтухина М. Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ [Электронный ресурс]: автореф. дис. ... д. филол. н. URL: <http://www.dslib.net/jazyko-znanie/specifika-rechevogo-vozdjstvija-tropov-v-jazyke-smi.html> (дата обращения: 07.02.2019).
4. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2005. 832 с.
5. Лубченков Ю. Н. Суггестия и харизма. М.: Центр гуманитарных исследований; Центр политических кампаний и избирательных технологий, 1998. 42 с.
6. Скороходова Е. Ю. Язык как фактор структурирования социального пространства эпохи: монография. М.: Глобус, 2008. 190 с.
7. Словарь-справочник лингвистических терминов [Электронный ресурс]: пособие для учителя / сост. Д. Э. Розенталь, М. А. Теленкова. URL: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/linguistic-terms/index.htm> (дата обращения: 07.02.2019).
8. <https://russia.tv/> (дата обращения: 05.03.2019).
9. <https://www.1tv.ru/> (дата обращения: 05.03.2019).
10. <https://www.ntv.ru/> (дата обращения: 05.03.2019).

USE OF TROPES FOR VERBAL INFLUENCE IN NEWS PROGRAMS OF MODERN TELEVISION

Borodyanskaya Ekaterina Andreevna
Russian State Social University, Moscow
kate.borodyanskaya@yandex.ru

Recently, the role of mass media communication has been growing, and there has been increase in verbal influence on public consciousness in the mass media. Journalists and TV presenters use various tropes and figures of speech actively thereby attracting the audience's attention to their materials. The linguistic component is also complemented by visual means of expression, such as picture, cut, graphics, and musical accompaniment. All together it forms a powerful suggestive effect. The author considers the use of tropes in the news programs of modern domestic TV channels and the mechanisms of their impact on the audience.

Key words and phrases: television; verbal influence; tropes; figures of speech; journalistic text; manipulation; mass media.