

успешной «шоутизации», на которую и рассчитывают создатели проекта. Талант не всегда здесь оказывается на первом месте, что трудно объяснить детям.

Дети, сумевшие завоевать симпатию и телеканала, и, главное, зрителя, имеют все шансы на дальнейшую профессиональную карьеру в шоу-бизнесе. Многие из них начинают работать на многочисленные продюсерские центры – естественно, на основе юридического договора. Возникает вопрос: можно ли отрывать несформировавшихся во всех смыслах детей от привычного для их возраста устройства жизни (а это и образование, и социализация в соответствии с данной возрастной группой) и погружать во взрослую бизнес-среду, где ребенок перестает принадлежать себе, где он априори связан обязательствами перед руководством и многомиллионной аудиторией. Хотя этот вопрос и решается в индивидуальном порядке в каждой семье, в целом данная проблема сегодня приобретает глобальные масштабы.

Есть и обратный эффект от погружения в шоу. Если исходить из личного опыта общения с Алисой Самойловой, финалисткой шоу «Мастер-шеф дети» из Самары, можно наблюдать и совершенно иную ситуацию. Мама девочки признается, что после проекта, несмотря на успешное его завершение и приобретенную в родном городе популярность, Алиса стала подвержена частой смене настроения, скуке, у нее отсутствуют цели и желания. Объясняется это тем, что Алиса настолько «вжилась» в съемочный процесс и сам проект, что уже не представляет себя вне него. Причем дело, как оказалось, было не в победе, а в самом моделировании новой реальности в жизни ребенка в виде работы в студии программы.

Насколько безболезненны и безопасны для детей телевизионные конкурсные шоу и правомерно ли их функционирование в таком количестве на российском телевидении? Этот вопрос остается открытым.

*Т.О. Попова (Россия, Самара)
Научный руководитель В.В. Лабутина*

ИДЕОЛОГИЧЕСКИ ИНФИЦИРОВАННЫЕ СЛОВА И ДРУГИЕ СРЕДСТВА СЛОВЕСНОГО МАНИПУЛИРОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ НОВОСТНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

В статье анализируются некоторые лексические средства словесного манипулирования, или речевого воздействия, в новостных программах современных российских средств массовой информации и массовой коммуникации. Рассматривается вопрос об идеологической и оценочной составляющих лексического значения слов, выдающих политическую ангажированность издания, а также проблема ответственности журналистов за объективность и достоверность сведений, предоставляемых адресату новостных программ. Затра-

гиваются проблемы профессиональной этики журналиста и выбора читателем стратегий получения объективной информации в условиях современных информационных войн.

Ключевые слова: идеологическая инфицированность, оценочные смыслы, информационные технологии, речевое воздействие

Современный читатель имеет доступ к различным средствам массовой информации, которые представляют множество мнений по поводу прошедших событий, дают прогнозы и делают выводы. В ситуации высокой конкуренции между изданиями читатель уверен, что может получить объективную информацию. В идеале разные СМИ должны представлять разные точки зрения на события, однако это не должно идти вразрез с объективностью. И речь вовсе не о подмене фактов или подаче непроверенной информации. Новостные издания могут влиять на сознание своей аудитории, например, используя «идеологически инфицированные» слова.

Например, номинации *фашист, экстремист, нацист, националист, патриот, сепаратист, герой, военный преступник, предатель интересов родины* и под. не только называют людей исходя из их политических взглядов, поведения или принадлежности к какой-либо группе, но и дают абсолютно недвусмысленную и очень категоричную оценку этих людей, безусловно положительную или резко отрицательную. Используя эту оценку, особенно в условиях военного времени и, соответственно, информационной войны читатель или слушатель мысленно выносит незнакомым людям своеобразный приговор, который потом вполне может стать основанием приговора уже не виртуального.

Современные исследователи выделяют различные способы подобного речевого манипулирования и речевого воздействия. Описанию некоторых из них посвящены, например, работы А.Н. Баранова [1] О.С.Иссерс [2] и Г.А.Копниной [3].

Иногда достаточно посмотреть, как номинируется одна и та же личность в разных средствах массовой информации. В качестве примера можно привести материалы, посвященные Ильдару Дадину. Объективно он первый гражданский антивоенный активист, который был осужден на три года колонии с формулировкой «за неоднократное нарушение порядка проведения массовых акций». Однако в материалах одного из крупных российских изданий «Life» (здесь и далее [4]) Дадин упоминается как *оппозиционер и нарушитель*, а в материалах другого СМИ – «Эхо Москвы» (здесь и далее [5]) – о нем говорят как об *активисте и герое*.

Итак, «идеологически инфицированные» слова – это слова с ярким оценочным смыслом, который создает в целом «положительный» или «отрицательный» контекст и превращает их в идеологемы.

Кажется, что издания пишут о совершенно разных «Тотальных диктантах», сорванных 8 апреля 2017 года в Украине. Заголовки «Life» кричат: «*В Киеве отменён Тотальный диктант из-за акции националистов*». В этот же день «Эхо Москвы» пишет о том, что «Тотальный диктант» не удалось провести, и

затем поясняет: *«Около полусотни участников праворадикальной партии «Национальный корпус» минувшим утром заблокировали киевское представительство Россотрудничества».*

Возможно, «националисты» и «участники партии «Национальный корпус» являются в определённом смысле синонимами и обозначают одних и тех же людей, с одними и теми же политическими взглядами и вытекающим из них поведением, но интерпретация одних и тех же событий с помощью названных номинаций поражает своей противоположностью: в первом случае они виновники срыва тотального диктанта, во втором – активные граждане, проводящие политическую акцию.

Обратимся к другим примерам интерпретации событий в заголовках этих изданий.

Событие (объективно): Первый канал получил письмо Европейского вещательного союза, сообщающее, что ЕВС не смог урегулировать вопрос об участии Юлии Самойловой в конкурсе «Евровидение».

«Life»: *Первый канал отказался транслировать «Евровидение-2017» в России.*

«Эхо Москвы»: *«Первый канал» из-за ситуации с певицей Самойловой отказался транслировать «Евровидение-2017».*

Событие (объективно): Правоохранительные органы задержали Вячеслава Мальцева и Ивана Белецкого – участников несанкционированного митинга, прошедшего 26 марта в центре Москвы. В Саратове полиция задержала оппозиционера Вячеслава Мальцева.

«Life»: *В Саратове полиция задержала оппозиционера Вячеслава Мальцева.*

«Эхо Москвы»: *Серия задержаний оппозиционных политиков и активистов прошла сегодня в Саратове и Москве.*

Событие (объективно): Европейский суд по правам человека (ЕСПЧ) постановил в четверг, что Россия должна выплатить в общей сложности 2,955 млн. евро истцам по делу о захвате заложников в школе Беслана в сентябре 2004 года.

«Life»: *Минюст обжалует решение ЕСПЧ о компенсациях жертвам теракта в Беслане.*

«Эхо Москвы»: *ЕСПЧ обязал Россию выплатить истцам по делу о теракте в Беслане почти 3 млн. евро. Как видно из приведённых примеров, воздействие на сознание читателя или слушателя может осуществляться с помощью как лексических, так и синтаксических средств (скажем, вариаций «полиция задержала»/ «серия задержаний»; «Минюст обжалует решение ЕСПЧ»/«ЕСПЧ обязал Россию выплатить...»).*

К сожалению, даже крупные издания позволяют себе использовать различные средства речевого манипулирования. Сегодня СМИ оценивают ситуацию вместо читателя, умышленно деля людей по принципу «свои – чужие», в частности, с помощью идеологически инфицированных слов. Это приводит к тому,

что люди, читая об одном и том же событии, видят диаметрально противоположную картину. Возникает вопрос: может ли редактор издания или сам журналист полностью заменить оценочные слова в тексте на нейтральные? По нашим наблюдениям, сделать это практически невозможно. Во-первых, как бы современные СМИ ни стремились к абсолютной объективности, материалы пишут обычные люди, которые так или иначе высказывают своё отношение к ситуации. И во-вторых, редактор любого издания знает, какую новость хочет увидеть его аудитория – отсюда навязанные выводы и оценки.

Выход из этой ситуации для читателя только один – проверять всю информацию в разных источниках, поскольку «посыл» слова и самого материала полностью зависит именно от контекста. Мы живём в эпоху информационных технологий, в мире знаков и слов, поэтому за объективную информацию приходится платить своим временем, силами и ресурсами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику. М.: УРСС, 2001. 360 с.
2. Иссерс О.С. Речевое воздействие. М.: Флинта: Наука, 2011. 224с.
3. Копнина Г.А. Речевое манипулирование. М.: Флинта: Наука, 2007. 176 с.
4. https://life.ru/t/%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8/983485/oppozitsionier_ildar_dadin_zadierzhan_za_niesanktsionirovannyi_pikiet_v_moskvie
5. <http://echo.msk.ru/news/1959522-echo.html>

*А. Б. Синева (Россия, Самара)
Научный руководитель О.А. Малаканова*

СУИЦИД И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: ИГРА В СМЕРТЬ

В настоящее время в социальных сетях наблюдается распространение особых сообществ, предлагающих пользователям вступить в игры, конечная цель которых – самоубийство. Наибольший резонанс данные группы получили среди подростков, которые не всегда понимают, что такое смерть, и не могут критично отнестись к «правилам» предлагаемой игры. По мнению профессиональных психологов, довести человека до суицида при помощи интернета невозможно, однако вопрос влияния подобных медиа-проектов на юношеское сознание остается открытым.

***Ключевые слова:** суицид, социальные сети, подростки, новые медиа, игра «Синий кит».*

В глобальной сети уже несколько лет существуют так называемые «группы смерти» и сайты, посвященные тематике суицида. Эксплуатируя эстетику смерти и загробного мира, эти сообщества приводят аргументы в пользу суицида и