

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА МАНИПУЛИРОВАНИЯ МАССОВЫМ СОЗНАНИЕМ В РУССКОЯЗЫЧНЫХ МЕДИАТЕКСТАХ (НА ПРИМЕРЕ МЕДИЦИНСКОГО ДИСКУРСА)

Кан Кумсук

Южный федеральный университет

Поступила в редакцию 22 марта 2024 г.

Аннотация: целью данного исследования является выявление и анализ основных языковых средств манипулирования массовым сознанием на примере русскоязычных медиатекстов медицинского дискурса. Материалом исследования послужили более 100 языковых единиц из онлайн-газет и журналов, сайтов информационных агентств и др.

Ключевые слова: языковые средства, манипулирование, массовое сознание, медицинская метафора, медицинская терминология, медицинский дискурс, медиатекст.

Abstract: the purpose of this study is to identify and analyze the main linguistic means of manipulating mass consciousness in Russian-language media texts using the example of medical discourse. The research material included more than 100 linguistic units. The sources of factual material were online newspapers and magazines, websites of news agencies, and radio.

Keywords: linguistic means, manipulation, mass consciousness, medical metaphor, medical terminology, medical discourse, media text.

Подчеркивая междисциплинарный характер медицинского дискурса, С. В. Майборода отмечает, что «являясь частью коммуникативной деятельности, обусловленной социальными целями и конвенциями, он объединяет языковые средства и экстралингвистические компоненты», что, по мнению автора, представляется актуальным исследованием с точки зрения эффективности, способов и функций речевого поведения, их коммуникативной компетенции [1, 68]. Не вызывает сомнений продуктивность процесса метафоризации в медицинском дискурсе, что обусловлено свойствами самой метафоры — ее образностью, наглядностью, ассоциативностью, воздействием, краткостью и ясностью, восприимчивостью. Именно эти ключевые характеристики метафоры наряду с медицинской сложной терминологией обеспечивают упрощенную фиксацию информации и ее доступность массовому читателю. Интересным представляется тот факт, что не только медицинские термины способны приобретать образность и расширять коннотативный фон в медиатекстах, но и метафора является эффективным средством образования медицинских терминов.

Как известно, манипуляция является одной из важнейших функций СМИ. Данная идея объясняется тем, что основной задачей манипулирования массовым сознанием является формирование отношения аудитории к определенным социально-политическим изменениям, фактам, событиям, явлениям,

а инструментами воздействия служат различные языковые единицы с новой семантикой, дополнительной коннотацией либо содержащие эмоционально окрашенный оценочный компонент.

Как показал анализ фактического материала, исследователи по-разному интерпретируют средства и инструменты языкового манипулирования, чаще всего связывая их с понятием «языковая игра», ставшим сегодня основой языкового манипулирования массовым сознанием. Изучая различные определения понятия «манипуляция», А. Д. Васильев приходит к выводу о том, что коннотация данной лексики с течением времени менялась от положительной до нейтральной, а позже приобрела отрицательную коннотацию, что наиболее ярко прослеживается в политическом дискурсе, где «манипуляция» определяется как основной инструмент внушения и осуществления манипулятивных операций [2, 56].

В современных медиатекстах наблюдается взаимодействие медицинского дискурса и «необычности» использования языковых средств с целью мифологизировать реальность, представить ее в более «приукрашенном» виде. Суть языкового манипулирования в медиатекстах на примере разного рода медицинских лексем заключается в том, что информация, содержащаяся в контексте, знакома реципиенту, легко узнаваема, на ее основе проще сделать самостоятельные выводы, так как это знание-убеждение воспринимается как собственное, а значит, формируется субъективное мнение по отношению к описываемым событиям. Таким образом, под язы-

ковым манипулированием понимается не объективное описание действительности, а вариант ее субъективного восприятия.

Исследователь О. Е. Гаврикова считает, что манипулирование — «целенаправленное использование особенностей устройства и употребления языка, способствующих возникновению в сознании реципиентов иллюзий и заблуждений, побуждающих его действовать так, как выгодно манипулятору» [3, 158]. В предлагаемом исследовании под языковым манипулированием вслед за А. А. Даниловой мы понимаем «скрытое языковое воздействие на адресата, намеренно вводящее его в заблуждения относительно замысла или содержания речи, осуществленное на трех уровнях: индивидуальном, групповом и массовом» [4, 12].

В работе О. А. Жариной отмечается, что «языковые средства активно используются как инструмент управления сознанием и, кроме того, представляют собой наиболее востребованную базу способов воздействия на сознание читателей, в связи с возможностью применения широкого спектра коннотативных значений» [5, 57].

Проводя комплексный анализ языкового воздействия выразительно-изобразительных средств, используемых в медиатекстах, на массовое сознание, обращает на себя внимание широкий ассортимент образных единиц с компонентом значения, относящимся к сфере медицины. Так, фразеологизмы, прецедентные феномены, метафоры и метафорические сценарии весьма широко представлены в актуальном медиапространстве. Перейдем к анализу иллюстративного материала.

Как показал проведенный анализ, фразеологические единицы составляют наибольшую группу среди описываемых средств языкового воздействия и могут быть представлены в виде тематической классификации:

Фразеологизмы с компонентом значения «лекарственные препараты». Анализируя контексты, мы находим следующие «лекарства», применяемые для описания социально-политических проблем либо используемых в рекламе: *жизненный эликсир*, *живая вода*, *эликсир жизни*, *бальзам на душу*; *пилюля* в различных формах ее интерпретации: с динамичными глаголами «*глотать*», «*проглотить*», «*подсластить*», «*подносить*», «*золотить*», с адъективами «*горькая*», «*сладкая*», «*волшебная*», «*успокоительная*», «*спасительная*», «*универсальная*» и т.д. Приведем примеры из сферы рекламы: *Бальзам «Эликсир жизни». Эффективное средство для предупреждения «болезней цивилизации», связанных с проблемами экологии, нерациональным питанием и хроническими стрессами* (реклама бальзама на травах); *Живая вода — средство от всех болезней!* (слоган торговой площадки биостимуляторов роста и корнеобразования растений); *Природная питьевая вода артезианская негази-*

рованная «Живая вода» (наименование очищенной питьевой воды компании ВАДАВОЗ, г. Минск); *в компании «Вода-род» Вы можете купить по-настоящему живую и вкусную воду* (рекламный ролик компании по продаже очищенной воды); *Водоматы «Живая Вода» — это современные высокотехнологичные системы очистки и продажи питьевой воды первой категории* (рекламный слоган компании водоматов). Представленные примеры в большей мере относятся к первому значению фразеологизма «1. Мифическая чудодейственная жидкость, возвращающая жизнь мертвому телу» [6, 112], актуализируя сему «жидкость» в новом лексическом восприятии (питьевая вода, очищенная вода, вкусная вода, высокотехнологичная очистная система воды и т.д.). Находим пример, относящийся ко второму значению фразеологизма, а именно: «2. Все, что одухотворяет, благотворно действует, пробуждает интерес» [6, 112] в наименовании реабилитационного центра «Живая вода» (г. Краснодар), позиционирующего себя как клиника, работающая по высочайшим европейским стандартам.

Фразеологизм *бальзам на (чью-л.) душу*; *бальзам на (чьей-л.) сердце* в лексикографических источниках имеет следующее значение: «сообщение или событие, вызывающие чью-либо радость в связи с чем-либо важным для этого человека, уподобляемое целительному средству, применяемому к (воображаемому) внутреннему органу субъекта, являющемуся, согласно обыденным представлениям,местилищем чувств» [7, 22]. В медиатекстах происходит расширение коннотативного фона за счет компонентного состава фразеологизма, что ярко видно на следующем примере: *Осуществленная три года назад Россией аннексия Крыма изменила ситуацию с безопасностью. Латвия осуждает этот шаг», — проливал рижский бальзам на душу украинского лидера Вейонис* (Лента.ру, 09.04.2017). Ввиду того, что рижский бальзам весьма известен среди прочих, смысл выражения наполняется ироническим оттенком: имеется в виду позиция Литвы в укреплении торговых связей между странами. Отметим, что сочетание *рижский бальзам* с трансформацией конструкции (расширение компонентного состава, замена) весьма активно используется в медиатекстах для описания политических реалий, связанных с Литвой: *Рижский бальзам на душу Путина: как латвийский бизнес оснащает российскую армию микросхемами* (theins.ru, 19.09.2023). Однако и другие замещения компонентов конструкции весьма активны для медиатекстов в соотношении с денотативным содержанием фразеологического сочетания, актуализируя при этом ту или иную сему в зависимости от описываемой политической ситуации: сема «радостное сообщение»: *Американский «бальзам» для иранского президента. Раздраженная реакция Запада — это бальзам на душу заикленному на самом себе иранскому президенту*

(<https://www.dw.com>, 30.11.2021); сема «важное событие»: **«Бальзам на русскую душу»** — стремление Путина воссоздать прежнюю Россию, — указал Уль (<https://www.dw.com>, 26.06.2014).

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что во фразеологических словарях содержится ряд определений фразеологических сочетаний с лексемой **пилюля**, которая служит средством манипулирования в составе фразеологического сочетания, приобретая новую семантику. Так, **горькая пилюля**, согласно лексикографическим источникам, характеризуется как «что-либо неприятное, обидное, оскорбительное для кого-либо» [1, 320]. В текстах СМИ находим следующие контексты, где **пилюля** может иметь значение лекарства, при этом расширение образа может проходить в двух направлениях (либо пилюля для кого/чего-н., либо пилюля от кого/чего-н.): **Сближение Украины с Китаем является «горькой пилюлей» для украинского президента Владимира Зеленского** (16.08.2021); **«Горькая пилюля для Украины»: США готовят Зеленского к столкновению с реальностью** (РИА Новости, 21.06.2023); **Горькая пилюля от поляков: Украине придется смириться с территориальными потерями** (Полит Навигатор, 05.02.2024). Вступая в антонимические отношения, фразеологическое сочетание усиливает значение и воспринимается как средство спасения, а не просто лечение: **Сладкая пилюля для Порошенко. Канцлер заявила, что считает важным сохранение газового транзита через территорию Украины** (Новороссия, 13.04.2023).

Медиатексты с данной языковой единицей весьма распространены, активно используются с адъективами, нехарактерными для денотативного содержания фразеологического сочетания и имеющие более обобщенный характер: **Антонов назвал помощь США «успокоительной пилюлей», чтобы успокоить Зеленского и отвлечь внимание от шаткой ситуации на линии фронта и внутри украинских государственных институтов, которые находятся на грани краха** (Правда.ру, 21.11.2023); **Успокоительная пилюля: посол РФ — о новом пакете помощи Киеву от США** (РЕН ТВ, 21 ноября 2023); **Спасительная пилюля ЦБ дала обратный эффект. Россию решили уничтожить по-быстрому. Михаил Делягин раскритиковал решение Центробанка об увеличении ключевой ставки** (Первый русский, 27.10.2023); **Универсальная пилюля демократии действует не на всех** (Одноклассники, 26.11.2020).

Фразеологические сочетания **проглотить** и **глотать пилюлю** имеют следующие определения: **проглотить пилюлю** — молча, терпеливо снести обиду, оскорбление, выслушать что-либо неприятное [8, 361]; **глотать пилюлю** (разг., ирон.) — терпеливо сносить обиду, оскорбление; молча выслушивать что-либо неприятное [6, 320]. В текстах СМИ они реализуются следующим образом: **Если же киевская**

власть решит пойти против американцев, «им придется глотать пилюлю», считает эксперт (РИА Новости, 07.02.2019); **«Европа глотает американские пилюли»**. В кулуарах европейцы признавались в том, что Америка неприкрыто давит на ЕС и намерена продолжать это делать (Военное обозрение, 07.10.2014).

Еще одним частотным словосочетанием в медиатекстах становится конструкция **подсластить [горькую] пилюлю (кому-л./для кого-л.)** — постараться чем-то уменьшить отрицательное воздействие на адресата сообщения о каком-либо событии — неприятном, но необходимом, как бы добавив что-то сладкое в горькое лекарство [7, 476]. Отметим, что фразеологизмы **подносить пилюлю** и **золотить пилюлю** не были обнаружены в ходе анализа. Среди проанализированных контекстов семантических изменений в использовании фразеологического сочетания не наблюдается: **Меркель подсластила пилюлю Порошенко. Канцлер заявила, что считает важным сохранение газового транзита через территорию Украины** (Конт, 10.04.2018); **Теперь же, после подключения тяжелой политической артиллерии, М. Рютте вынужден подсластить пилюлю для П. Порошенко и заявлять, что его страна полностью поддерживает предоставление безвизового режима для украинцев** (<https://trueinform.ru>, 10.04.2016).

Ученые С. А. Пнджоян и Э. В. Будаев подчеркивают комплексный характер понятия «языковое манипулирование», которое «обладает рядом характерных особенностей, позволяющих осуществлять стоящую перед манипулятором задачу» [9, 85]. Так, среди рассмотренных авторами тактик применительно к нашему исследованию наибольший интерес представила тактика «использования выразительных средств», среди которых отдельно выделена «тактика использования метафорических моделей», активно реализующая в нашем исследовании на примерах метафор со значением «виды заболеваний» и «возбудители заболеваний»:

Виды заболеваний: **Однако на этом законотворческая лихорадка Порошенко не закончилась. Верховная рада приняла законопроект о внесении изменений в перечень участников боевых действий, включив туда ветеранов ОУН-УПА** (<https://russian.rt.com>, 07.12.2018); **Европу накрыла историческая амнезия** (ИноСМИ, 22.04.2022); **Работа парламента Грузии частично парализована из-за технических неполадок** (<https://armenpress.am>, 31.07.2014); **Фон дер Ляйен сообщила о планах ЕС «парализовать» активы ЦБ РФ** (<https://www.interfax.ru>, 27.02.2023); **Шок на выборах в Нидерландах: правые радикалы одержали сокрушительную победу** (Деловые ведомости, 23.11.2023); **Украинских властей повергло в шок заявление США о прекращении дотаций** (<https://ren.tv>, 20.10.2022); **Глава совета Национального банка Украины Петр Порошенко считает коррупцию боль-**

шой проблемой, которая, как **раковая опухоль**, поразила экономику Украины (Радио Свобода, 03.10.2011); Лавров объяснил, откуда у Запада взялась **аллергия** на Россию (<https://rg.ru>, 07.02.2018); Как вылечить украинцев от **стокгольмского синдрома** (<https://gia.ru>, 02.03.2022).

Возбудители заболеваний: «**Бацилла** лжи в устах соратника Порошенко»: в Раде предrekli и сразу опровергли отставку Залужного (<https://www.gazeta.ru>, 07.11.2023); Пекин обвинил США в распространении «**политического вируса**» (<https://www.interfax.ru>, 24.05.2020); «**Политическая инфекция**» может заразить многих (<https://www.bfm.ru>, 02.02.2011).

Как отмечает О. В. Звада, «любой прецедентный феномен явно употребляется умышленно, он задуман для того, чтобы произвести впечатление на адресата, выполнить функцию воздействия (т.е. манипулирования)» [10, 25]. Мы не ставили задачу выявить и разграничить прецедентные феномены по видам или структуре, поэтому предметом анализа в данной работе стали все обнаруженные прецедентные единицы со сферой-источником «Медицина» в том или ином соотношении с медицинской тематикой. Среди прецедентных имен, фразеологизированных прецедентных сочетаний, прецедентных высказываний высокую активность в текстах СМИ показали следующие:

доктор Айболит с варьированием коннотации (замена положительной на отрицательную): «Запад не добрый **доктор Айболит**, а доктор Менгеле. Он злоеший врач-убийца (Газета.ру, 03.02.2023); «**Злобный доктор Айболит**. Путин им руководит»: у конгресса США новая забота (Риа.ру, 15.02.2017);

«Эдипов комплекс»: У президента Украины Владимира Зеленского явно есть «**Эдипов комплекс**» — бывший глава страны Петр Порошенко стал для него отцом, которого нужно победить (Регнум, 13.11.2020); Евроцентризм: **эдипов комплекс** интеллигенции (<https://rehabfamily.com>, 19.04.2023);

Время врачует раны. Время — лучший врач. Выражение восходит к «Исповеди» Августина (354–430). Похожее на него встречается уже в древности, у греческого писателя Менаандра (ок. 343 — ок. 291 до н.э.): «Время — врач всех неизбежных зол» [11, 101]. **Время лечит раны**: Зеленский допустил «прагматичные» отношения с Россией (<https://dailystorm.ru>, 11.02.2020).

Вывод. Проанализированные в статье примеры позволяют заключить, что языковые единицы, относящиеся к медицинскому дискурсу, реализуются

в медиaprостранстве с изменением семантики либо расширением коннотативного фона, что при удачном использовании и правильно подобранном контексте способно оказать успешное манипулятивное воздействие на реципиента. Широкий спектр средств манипулирования текстов медицинской направленности (использование метафор, медицинских терминов с расширением значения, прецедентных феноменов, фразеологизмов, фразеологизированных прецедентных сочетаний и т.д.) в медиасреде свидетельствует об их эффективности и высоком прагматическом потенциале.

ЛИТЕРАТУРА

1. Майборода С. В. Медицинский дискурс: современные теоретико-методологические подходы и перспективы исследования / С. В. Майборода // Коммуникативные исследования. — 2017. — № 1. — Т. 11. — С. 63–74.
2. Васильев А. Д. Игры в слова: манипулятивные операции в текстах СМИ / А. Д. Васильев. — СПб., 2013.
3. Гаврикова О. Е. Феномен манипуляции в политическом дискурсе / О. Е. Гаврикова // Ученые заметки ТОГУ. — 2017. — Т. 8. — № 4. — Хабаровск. — С. 157–162. — Режим доступа: http://ejournal.pnu.edu.ru/media/ejournal/articles2017/TGU_8_282.pdf (дата обращения: 12.03.2024).
4. Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации / А. А. Данилова. — М., 2009.
5. Жарина О. А. Реализация стратегии манипулирования в политическом дискурсе английских СМИ: лексический уровень // О. А. Жарина, А. Д. Инюточкина // Балтийский гуманитарный журнал. — 2018. — Т. 7. — № 4 (25). — С. 55–58.
6. Федоров А. И. Фразеологический словарь русского литературного языка / А. И. Федоров. — М., 2008.
7. Баранов А. Н. Академический словарь русской фразеологии // А. Н. Баранов, М. М. Вознесенская, Д. О. Добровольский, и др. — М., 2020.
8. Молотков А. И. Фразеологический словарь русского языка / А. И. Молотков. — М., 1978.
9. Пнджоян С. А. Языковое манипулирование в СМИ США на материале нарратива «Коронавирус» / С. А. Пнджоян, Э. В. Будаев // Ученые записки НТГСПИ. История и филология. — 2022. — № 3. — С. 80–99.
10. Звада О. В. Манипулятивные особенности политического дискурса в англоязычных СМИ / О. В. Звада // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. — 2018. — № 1. — Т. 1. — С. 23–30.
11. Ашукин Н. С. Крылатые слова: литературные цитаты; образные выражения / Н. С. Ашукин, М. Г. Ашукина. — М., 1988.

Южный федеральный университет
Кан Кумсук, аспирант Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации
E-mail: kangks08

Southern Federal University
Kang Kumsuk, Postgraduate Student of the Philology, Journalism and Intercultural Communication Institute
E-mail: kangks0831@gmail.com