

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра русского языка, речевой коммуникации и русского как иностранного

**Приемы речевого воздействия в интернет-издании «Комсомольская  
Правда-Саратов»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 431 группы  
направление 42.03.02 «Журналистика»  
Института филологии и журналистики  
Корниенко Дарьи Михайловны

Научный руководитель  
профессор, д.ф.н., доцент

\_\_\_\_\_

Т. А. Милёхина

ПОДП

Зав. кафедрой д.ф.н., доцент

\_\_\_\_\_

А. Н. Байкулова

ПОДП

Саратов 2024

**Введение.** В современном мире количество потребляемой человеком информации из различных источников высоко как никогда в сравнении с предыдущими периодами времени. В связи с этим встает вопрос необходимости повышения, с одной стороны, информационной культуры и грамотности потребителя информации, с другой стороны, - тщательного изучения и регулирования применения средств, которые могут изменить качество и степень восприятия предлагаемой СМИ информации.

Многие СМИ используют неограниченное количество приемов речевого воздействия, в некоторых случаях они применяются некорректно или манипулятивно и могут послужить причиной дезинформации аудитории. Вследствие этого становится актуальной проблема классификации приемов речевого воздействия, а также изучение их применения и частотности с целью урегулирования коммуникативных отношений между адресатом и адресантом.

**Актуальность** данной работы определяется системным анализом приёмов речевого воздействия на читателей конкретного интернет-СМИ.

**Новизна** исследования заключается в том, что для изучения приемов речевого воздействия рассматривается интернет-издание «Комсомольская правда – Саратов», которое ранее в этом аспекте не анализировалось.

**Объектом** исследования являются информационные тексты интернет-СМИ «Комсомольская правда – Саратов», основным видом деятельности которого является предоставление материалов разной направленности, так или иначе влияющих на сознание читателей. «Комсомольская правда – Саратов» представляет собой интернет-газету с разнообразным контентом, предусматривающим интерактивное взаимодействие с аудиторией путем комментирования, создания собственных материалов и изменения верстки. Все это предполагает высокий уровень воздействия СМИ на сознание читателей и делает возможным широкое использование приемов речевого воздействия.

**Предметом** исследования являются способы речевого воздействия, применяемые в интернет-СМИ «Комсомольская правда – Саратов».

**Цель** выпускной квалификационной работы заключается в установлении наиболее распространенных приемов речевого воздействия в интернет-СМИ «Комсомольская правда – Саратов» и разработке рекомендаций по совершенствованию их применения.

В соответствии с поставленной целью необходимо решить следующие **задачи**:

- изучить теоретические основы речевого воздействия
- рассмотреть специфику интернет-СМИ;
- провести анализ приемов речевого воздействия на примере конкретного интернет-издания
- классифицировать приемы речевого воздействия и охарактеризовать наиболее частотные из них.

В качестве **материала** используются информационные тексты интернет-портала «Комсомольская правда – Саратов», взятые из различных рубрик с архивов сайта «Комсомольская правда – Саратов» выборочно за периоды ноябрь-декабрь 2020 года; январь-февраль 2021 года; сентябрь-декабрь 2021 и 2022 годов; ноябрь 2023 года. Общий объем исследованного материала составил 68642 словоупотреблений. Число конкретных примеров – 124 контекста.

Структура работы соответствует предмету, цели, задачам и логике исследования. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемых источников, приложения.

В первой главе раскрываются теоретические основы речевого воздействия; освещаются его факторы, разновидности и приемы, а также интернет-СМИ, их специфика и особенности; дается характеристика интернет-порталу «Комсомольская правда – Саратов» как информационному медиа.

Во второй главе проводится контент-анализ «Комсомольская правда – Саратов», исследуются особенности применения речевого воздействия в интернет-издании «Комсомольская правда – Саратов», а также описывается специфика применения графического оформления, лексических средств и синтаксических приемов как способов речевого воздействия.

В заключении представлены результаты всей проделанной работы, подведены основные итоги исследования. В приложении представлены информационные материалы, при помощи которых проводилось исследование приемов речевого воздействия в интернет-СМИ.

**Основное содержание работы.** В Главе 1 рассмотрена теоретическая часть проблемы речевого воздействия в интернет-СМИ.

Речевое воздействие в широком смысле — это любое речевое общение, взятое в аспекте его целенаправленности, целевой обусловленности, это речевое общение, описанное с позиции одного из коммуникантов, когда он рассматривает себя как субъект воздействия, а своего собеседника — как объект.

Речевое воздействие и речевую манипуляцию можно различать. Речевое воздействие принято считать более широким понятием, не всегда предполагающим изменение объектом своей деятельности, в отличие от манипуляции. Можно сказать, что все манипуляции включают в себя воздействие, но не все воздействия можно считать манипуляцией. Также манипуляция часто применяется с целью достижения односторонней выгоды.

Классификация видов речевого воздействия может основываться на следующих принципах и критериях: сфера психической деятельности человека, характер взаимодействия между субъектом и объектом, осознанность/неосознанность речевых действий и способ их аргументации, иллюкутивные и перлюкутивные аспекты, факторы манипуляции/актуализации в речевом воздействии и ориентация на собеседника.

Для эффективного и безопасного общения важно научиться распознавать приемы речевого воздействия. Следует обратить внимание на лексические признаки для выявления речевых манипуляций. Манипулятор может использовать эмоционально окрашенные слова, прилагательные, преувеличивающие черты или действия объекта, словосочетания, объединяющие манипулятора и собеседника в одну группу по определенным параметрам, а также высказывания, содержащие сравнение. Важно также обратить внимание на синтаксические конструкции и графические средства воздействия, такие как инверсия, парцелляция, цветовое выделение отдельных элементов текста.

Стоит отметить также специфику и особенности сетевых СМИ, которые заключаются в скорости передачи информации, объеме информации, не ограниченном физическим носителем, интерактивности и «живом» языке, который привлекает читателей.

Сетевое издание «Комсомольская правда», анализируемое нами, является конвергентным, видоизменяется и отображает новости в зависимости от выбранного пользователем региона (федеральная или региональная версия). Интернет-СМИ направлено в своем большинстве на массовую аудиторию и сочетает новостной контент как информационного, так и развлекательного характера, который удовлетворяет запросы читателей.

**В Главе 2** рассмотрены отдельные приемы речевого воздействия, приведены примеры, указана частотность применения.

Так как «Комсомольская правда – Саратов» является больше массовым и развлекательным СМИ, стиль новостных материалов не предполагает строгое соблюдение нейтрального и официального стилей. Авторы текстов охотно используют различные способы удержания внимания, понимая психологию аудитории и их запросы. Большинство используемых нами в практическом разделе материалов будут посвящены злободневным и «шокирующим» инфоповодам. Это и делает «Комсомольскую правду – Саратов» прекрасным примером для рассмотрения речевого воздействия.

Исследование осуществлялось на уровне микротекста, где нами рассматривались графические, лексические и синтаксические средства речевой манипуляции.

Графические средства представлены использованием кавычек, применяемых для обозначения названий чего-либо, а также отражения переносного, зачастую противоположного значения. Используются также цифры, применяемые для усиления воздействия текста на читателя, а также привлечения внимания аудитории к сообщаемому. Латинский алфавит используется для того, чтобы выделить слова на общем фоне и привлечь внимание к материалу. Некоторые части текста выделяются цветом, что также способствует привлечению внимания и в отдельных случаях, при выделении цветом названий различных организаций, может быть направлено на увеличение их узнаваемости.

Лексические средства представлены приемами, усиливающими экспрессивную и оценочную функции. С этой целью широко используются слова в переносном значении, книжная, разговорная, просторечная и жаргонная и иностранная лексика.

В качестве синтаксических средств используются парцелляция, бессоюзные предложения с двоеточием и тире, инверсия, а также односоставные и неполные предложения.

**Заключение.** Проблеме разновидностей приемов речевого воздействия и их применения уделяется одно из центральных мест, так как в настоящее время СМИ – важный институт социума, влияющий на общественное мнение.

На сегодняшний день в практике СМИ не регламентирован определенный перечень приемов речевого воздействия, которые корректны в использовании и имеют качественные результаты, что порождает на практике определенные проблемы использования таких приемов.

Статистический анализ 124 контекстов интернет-СМИ «Комсомольская правда-Саратов» показал, что самыми частотными приёмами речевого воздействия являются графические средства. При этом самыми

распространенными графическими приемами речевого воздействия являются кавычки и цветовое выделение текста. Существенно меньше используются цифровые обозначения и самыми редким приёмом речевого воздействия выступает латинский алфавит.

На втором месте по частотности использования выступают синтаксические средства речевого воздействия. Самыми распространенными синтаксическими приемами речевого воздействия являются синтаксические структуры с использованием двоеточия и различные виды односоставных предложений. При этом неполные предложения используются чаще, чем приемы парцелляции и инверсия с бессоюзными предложениями.

Лексические средства речевого воздействия в нашем материале заняли лишь 26%. Самым распространённым лексическим приёмом речевого воздействия является использование разговорной лексики. На втором месте находится книжная лексика. Просторечная и иностранная лексика представлены одинаковыми долями. К использованию слов, употребляемых в переносном значении, авторы прибегают чаще, чем к жаргонной лексике и спортивному жаргону.

В результате исследования было установлено, что приемы речевого воздействия различных типов выполняют преимущественно аттрактивные функции: непосредственно привлечение внимание к информационному материалу и удержание читателя в пространстве интернет-портала на более долгое время.

При выполнении всех функций не исключены случаи некорректного использования приемов речевого воздействия, что может считаться проявлением манипуляции сознанием и подсознанием аудитории, то есть неэтичным и недопустимым в современной информационном поле. Например, *"Саратов «отметил» День народного единства пожаром в «России» "*. Автор прибегает к использованию иронии, используя коннотацию, прямо противоположную значению используемого слова, то есть намеренно учитывает неуместный контекст (отмечать праздник пожаром).

Особые трудности и возможности неправильной трактовки, то есть некорректное использование приемов речевого воздействия, выявлены в каждом из типов воздействия.

Можно сделать вывод о том, что в профессиональных интересах у авторов текстов больше желания просто задержать внимание читателя, чем донести информацию до него четко и прозрачно.

Анализ приемов речевого воздействия показал, что способы воздействия на аудиторию многогранны и разнообразны, однако с ними нужно уметь работать, чтобы расставлять акценты только на существенно важные смысловые опорные точки. Внимание людей – слишком дорогая валюта в настоящее время, и ей нужно уметь распоряжаться аккуратно. Необходимо целенаправленно развивать профессиональные навыки журналистов и информационную культуру потребителей информации.

В ходе исследования, при изучении материалов интернет-СМИ «Комсомольская правда – Саратов», нами были разработаны некоторые критерии грамотного и корректного использования приемов речевого воздействия:

1. Привлечение внимания только к тем словам, смысловой акцент на которых не помешает воплощению основного замысла и выполнению коммуникационной задачи.

2. Графическое выделение слов цветом должно применяться только на действительно важных словах так, чтобы не вводить читателя в заблуждение.

3. Использование приемов речевого воздействия не должно осуществляться в слишком большом объеме, так как аудитория привыкнет к ним и перестанет реагировать

4. Не допускается искажение смысла, если к этому приводит использование приема речевого воздействия, то его следует убрать.

5. Материалы следует делать максимально понятными, учитывая массовую направленность СМИ, вследствие этого не допускать использования



специальной или такой жаргонной лексики, которая может быть не знакома широкому кругу читателей.

Перспективы дальнейшей работы заключаются в разработке комплекса наиболее эффективных и корректных приемов речевого воздействия в интернет-СМИ.