

МОВНА ГРА НА САЙТАХ НОВИН ЯК СПОСІБ МАНІПУЛЮВАННЯ СВІДОМІСТЮ ЧИТАЧІВ

У статті розглянута специфіка лінгвістичного маніпулювання свідомістю користувачів сайтів новин через використання у текстах новинних анонсів (найбільш рейтингових новинних порталів укрнету та рунету: Lenta.ru, Корреспондент.net, РІА Новості, Цензор.НЕТ, РосБизнесКонсалтинг) елементів мовної гри. Механізми такого маніпулювання розкриті з урахуванням психологічних закономірностей розуміння тексту, нейролінгвістичної специфіки активізації відповідних ділянок мозку, репрезентації своєрідності новинної інтернет-комунікації, особливостей функціонування комунікативного кодексу. Визначені випадки неефективного використання мовної гри, зазначені типові помилки продуцентів новинних текстів та їх інтенції.

Ключові слова: мовна гра; маніпулювання; девіація; девіантна мовленнєва одиниця; інтернет-комунікація; інтернет-лінгвістика; психолінгвістика; нейролінгвістика.

Новини в інтернеті набувають все більшої популярності і, на думку фахівців, поступово витісняють інші формати новинної комунікації. Зокрема, за інформацією Книжкової палати України імені І. Федорова у 2010 році було зареєстровано 2347 традиційних газетних видань, у 2011 році – вже лише 2067 [5, с.86]. Американські фахівці Г. Смолл та Г. Ворган стверджують, посилаючись на Асоціацію газет США, що за останні роки відвідуваність новинних сайтів зросла, а тиражі паперових газет падають. На початку 2007 року журнал Time та інші популярні друкерські тижневики скоротили витрати на паперову версію і вирішили підсилити свою присутність у Мережі [16, с. 154]. Цьому певною мірою сприяють особливості новинної інтернет-комунікації, у тому числі мовна гра у текстах анонсів. Мовна гра в інтернеті інтерпретується як здатність до поєднання кількох сенсів через алюзії, прецедентність, різні формальні та семантичні трансформації тощо. Її специфіку в інтернеті досліджували Н. Г. Асмус, О. І. Горошко, О. Ю. Дьякова, К. Б. Єгорова, І. Б. Карпа, О. С. Ключкова, О. В. Лутовинова, Л. Ю. Щипіцина, Е. Dresner та ін. [2, с. 33; 6, с. 15; 7, с. 3, 11; 8, с. 6; 9, с. 7; 10, с. 21; 11; 17, с. 13–18; 18]. Проте аналізу маніпулятивного, прагматичного та сугестивного потенціалу мовної гри з позицій психолінгвістики та нейролінгвістики у цих роботах не представлено.

Мета цієї розвідки – прослідкувати, яким чином мовна гра використовується у новинних анонсах та як вона впливає на свідомість читачів.

Проаналізуємо своєрідність реалізації та розуміння мовної гри у деяких новинних анонсах Мережі, зокрема – з рунету: *«Ни пуха ни пера. Иранские власти борются с «куриным кризисом»* [19]. Використання на початку анонсу прецедентного вислову, прислів'я певно має привернути увагу читачів ще на етапі рецепції. Крім того на етапі інтерпретації

зовнішня форма прислів'я обігрується у сполученні з контекстуально багатозначним висловом *«куриный кризис»*. Яскрава та виразна форма подачі інформації розмиває зміст, ускладнює емоційну ідентифікацію. *«Куриный»* тлумачиться у словниках як *«1. к Кура и Курица. К-ое перо. К-ые кости. К-ое кудахтанье. К-ая котлета. К. бульон. //Такой, как у куры, курицы. К-ая грудь (сдавленная с боков, сильно выдающаяся вперед грудная клетка). 2. Ограниченный, недалёкий. К. ум. К-ая логика. К. кругозор. К-ые мозги (презрит. об ограниченном, недалёком уме)»* [3, с. 482]. Будь-яке з цих значень може бути актуалізовано у даному контексті, вибір сенсу скоріше за все буде обумовлено механізмом аперцепції, що позначається активністю скроневих ділянок щодо тлумачення прецедентного вислову та мовленнєвих центрів лівої півкулі щодо розуміння виразу *«куриный кризис»*. В аналізованому анонсі представлено такі риси новинної інтернет-комунікації як проникність (використання розмовного фразеологізму у публіцистичному стилі), схильність до мовної гри (в анонсі використано лише зовнішню форму фразеологізму для встановлення асоціативного зв'язку пух, перо – курица), презентативність (прецедентний вислів винесено на початок новини), колективне авторство та співредагування (смісл фразеологізму додає іронічних конотацій подальшому тексту). Таке формулювання новини порушує деякі максими комунікативного кодексу щодо схвалення, згоди, симпатії, повноти та якості інформації, манери. Вміла мовна гра привертає увагу та полегшує запам'ятовування цього анонсу через укріплення традиційних асоціацій курка-перо, пух, при цьому вона маскує іронічне ставлення автора (яке можна побачити лише за умови критичного аналізу цього тексту), створює враження, що проблема несуттєва, її легко вирішити, вона не матиме наслідків.

Специфічні зразки мовної гри спостерігаємо на українських новинних сайтах, наприклад: «*DW: Рік (без) Юлії Тимошенко. Політика*» [14]. Об'єктом гри тут стає одна з найважливіших текстових домінант цього анонсу. Складнощі розуміння починаються ще на етапі рецепції, коли читач, не володіючи змістом повідомлення, має прийняти рішення ігнорувати текст у дужках чи ні. У процесі інтерпретації така пунктуаційна гра провокує одразу кілька асоціацій: рік, присвячений подіям навколо Тимошенко; рік без Тимошенко (хоча з контексту не зрозуміло, добре це чи погано); за аналогією до вправ у шкільному підручнику: «Розкрийте дужки» тощо. Ще складніша емоційна ідентифікація, оскільки контекст не дає підказок, важко передбачити, на яке тлумачення сподівався автор. У трактуванні цього анонсу провідна роль належатиме зоні Брока у корі лівої півкулі та дорсолатеральній корі, які, запустивши механізм аперцепції, мають скласти узгоджений вторинний текст, на основі якого венстромедіальна кора встановить кінцевий результат розуміння. У цьому анонсі окрім мовної гри репрезентовано такі риси новинної інтернет-комунікації як гібридність (на початку кириличного тексту представлено латинізовану абрєвіатуру), використання специфічних скорочень (абрєвіатура *DW*), колективне авторство та співредагування (інформацію подано як цитування з іншого джерела), персоналізація (дозволяє одразу розділити читачів на прихильників та противників Тимошенко). При цьому порушено низку максим комунікативного кодексу, зокрема щодо повноти та якості інформації, манери. Формулювання «*Рік (без) Юлії Тимошенко*» привертає увагу до політичного діяча, сприяє створенню культу особистості, підтримці політичного авторитету, її та її соратників.

Прийоми такої мовної гри на сайтах новин з часом все вдосконалюються, поєднуються з іншими прагматичними засобами, набуваючи ще більше маніпулятивного потенціалу. Наприклад: «*Кручу-верчу, (не) подписать хочу, или настольная игра от Порошенка и Гройсмана*» [12]. У цьому анонсі у мовній грі задіяна вже значна частина текстових домінант, причому так, що одна мовна гра підтримує іншу. На етапі рецепції складнощі виникають через частку «(не)», та подальша інтерпретація ускладнена ще більше через вживання розмовного виразу «*Кручу-верчу*» та обігрування значень слова «*настольний*», яке за словником тлумачиться як «1. Установлюваний на столе, приспособленный для стола. 2. Постоянно необходимый и потому всегда находящийся под рукой, поблизости (о книгах)» [3, с.601]. Провідним механізмом у розумінні цього тексту буде аперцепція на основі активності скроневих ділянок, мовленнєвих центрів лівої півкулі та дорсолатеральної кори. В анонсі окрім мовної гри виявилися такі риси новинної інтернет-комунікації як проникність (використання розмовної лексеми «*Кручу-верчу*»), функціонування особливого мовленнєвого етикету (типове для новинної інтернет-комунікації поєднання двох варіантів в одному анонсі за допомогою сполучника «*или*») та персоналізація (дозволяє розділити читачів на прихильників та противників Порошенка та Гройсмана). При цьому порушено низку максим комунікативного кодексу щодо повноти та якості інформації, манери. Окрім

обігрування дужок навколо (не) цікавим випадком мовної гри в аналізованому анонсі є вживання виразу «настольная игра». Як зазначалося вище, лексема «настольная» має два значення, які обидва погано узгоджуються з контекстом, проте зміст вислову все ж зрозумілий. Слово «подписать» в контексті з прізвищами двох відомих державних діячів дозволяє відновити інформаційну лакуну, зрозуміло, що йдеться про державні документи. Лексема «настольный» асоціюється зі словотвірною базою «стіл», який є традиційним атрибутом українського політика. Встановлення цих імпліцитних асоціацій певно має відволікти читача від критичного аналізу тексту, у який між тим закладено маніпулятивний намір зниження авторитетності, дискредитації обох названих політиків, які, як виявляється, «граються» з важливими державними документами так, як продуцент пограв з текстом новини. Так створюється і поширюється медіа вірус незадоволення роботою влади, готує підґрунтя до політичних змін. Цей анонс, по суті, не є новиною, офіційні документи не часто підписують з першого разу, повертаючи з зауваженнями. Автор використовує прості слова, грайливу форму, іронічний емоційний фон лише для того, щоб приховати власні маніпуляції з мовною свідомістю читачів. І треба визнати, робить це досить вміло. Такі «новини» є досить небезпечними, оскільки вони є зброєю інформаційних війн.

Обігрування значень багатозначного слова часто стає механізмом мовної гри на російських сайтах новин, наприклад: «*Дело в обертке*» [4]. Увесь текст у цьому випадку представлено девіантними мовленнєвими одиницями, де перша девіація «дело» є надлишковою, а друга – несполучуваною. Складнощі розуміння анонсу виникають на етапі інтерпретації, коли мовленнєві центри лівої півкулі в результаті можливісного прогнозування пропонують кілька сенсів лексеми «дело» (за словником можна встановити такі відповідні контексту значення цього слова: «3. То, что непосредственно, близко касается кого-, чего-л., входит в чье-л. ведение, задачи, обязанности и т.п. 8. Административное, судебное разбирательство по поводу какого-л. события, факта; судебный процесс. 9. Собрание документов, относящихся к какому-л. лицу, событию, факту; досье. 11. Происшествие, событие, факт. 12. Разг. Общее положение вещей, обстановка [3, с. 248]). В аналізованому анонсі відобразилися такі риси новинної інтернет-комунікації як схильність до мовної гри (реалізація одночасно кількох значень лексеми «дело») та презентативність (прагнення привернути увагу читачів яскравим образом та лаконічним текстом). При цьому порушено кілька комунікативних максим, зокрема повноти та якості інформації, манери. Надлишкова девіація «дело» провокує низку ймовірних варіантів тлумачення:

1. Обов'язки в обгортці – створюється враження, що мова піде про якісь неприємні зобов'язання, які замаскували гарною упаковкою;
2. Судова справа в обгортці – можливо йдеться про якийсь нечесний суд;
3. Досьє в обгортці – сприймається як компромат, який видають за щось інше;
4. Факт в обгортці – уявляється як викривлена репрезентація якоїсь події;

5. Обставини в обгортці – тлумачаться як певна ситуація, що пов'язана з обгортками.

6. Крім того в аналізованому виразі можна побачити алюзію на прецедентний вислів «дело в шляпе».

Обмеженість контексту дозволяє цьому анонсу реалізувати весь представлений варіативний потенціал. Скориставшись гіперпосиланням, ми встановили авторський сенс як думку, що гарна обгортка здатна прикрасити будь-яку цукерку, але, на жаль, не може її замінити. Соціальна цінність цієї новини викликає сумніви, як і оригінальність думки. В цілому текст скоріше нагадує запис блогу чи коментар, ніж новину. Подібні анонси використовуються на сайтах новин з метою відволікти увагу від чогось важливого, змусити швидко забути інформацію, що передувала такому повідомленню, в чому і полягає їх маніпулятивний сенс.

Переосмислення та трансформації різних прецедентних виразів стають основою мовної гри у текстах Мережі, хоча іноді таку мовну гру важко назвати вдалою, наприклад: «*"МЮ" похазяйничал в гостях у "Ньюкасла"*» [15]. Розуміння цього анонсу на етапі інтерпретації ускладнене не тільки через використання не досить поширених назв без референтів, а й через недоліки мовної гри «*похазяйничал в гостях*», загалом усі елементи тексту семантично не узгоджені, не зрозуміло, про що йдеться та як трактувати цей текст, відповідно можливо декілька варіантів тлумачення. Для усунення непорозуміння читач має задіяти механізм апперцепції для встановлення референтів онімів «МЮ» та «Ньюкасл» та трактування контрастного сполучення «*похазяйничал в гостях*», що призведе до активізації мовних центрів лівої півкулі, скроневих ділянок та дорсолатеральної кори. На основі розуміння мовної гри можлива емоційна ідентифікація з автором. В аналізованому тексті відобразилася низка рис новинної інтернет-комунікації, зокрема схильність до мовної гри («*похазяйничал в гостях*»), використання специфічних скорочень («МЮ»), функціонування особливого мовленнєвого етикету (вживання номенів «МЮ» та «Ньюкасл» без референтів), персоналізація (автор розраховує на ту частину аудиторії, яка знає, хто такі «МЮ» та «Ньюкасл»). Даним анонсом порушено максими схвалення, симпатії, повноти та якості інформації, манери. З повідомлення не зрозуміло, чи мовець хвалить «МЮ», чи сварить. Проте текст сприяє формуванню іміджу «МЮ» як сильного, власного, але невихованого, тоді як «Ньюкасл» виглядає безпорадним. За гіперпосиланням можна дізнатися, що мова йде про футбольний матч англійської прем'єр-ліги, де перемогла команда «МЮ» («Манчестер Юнайтед»), отже анонс адресовано футбольним фанатам. Проте не досить вдалих добір лексем, лаконічність та відсутність додаткового контексту роблять його складним для розуміння і свідчать про низьку професійну майстерність його автора.

Зміни зовнішньої форми прецедентних текстів без урахування значень слів, з яких вони складаються, також призводять до появи несполучуваних девіантних мовленнєвих одиниць, наприклад: «*Масло*

немасленное: чем столичные рестораны заменили мясо в постных меню» [15]. На етапі рецепції легко помітити тавтологію, яку, мабуть, за задумом автора, в процесі інтерпретації читач мав би тлумачити, виходячи зі значення фразеологізму «Масло маслянное», задіявши механізм еквівалентних заміни, тобто спростивши вираз до «одне й те саме». Доданий як засіб мовної гри префікс «не» зі значенням «зворотне названому» став би підставою для зміни смислу фразеологізму на протилежний, а вторинне повідомлення в цілому виглядало б як «не то же самое, что-то разнообразное: вот чем столичные рестораны заменили мясо в постных меню». Емоційна ідентифікація в цьому випадку передбачає схвальну оцінку повідомлення. Проте запланований продуцентом варіант трактування малоімовірний, оскільки не відповідає порядку розуміння. У процесі інтерпретації спочатку активізуються мовленнєві центри лівої півкулі, що відновлять сенс слів «масло» та «масленное», потім за участю нижньої тім'яної ділянки буде усвідомлення зовнішню схожість цих лексем, далі встановлені асоціації між цим виразом та досвідом реципієнта. Якщо читач використає механізм апперцепції, то відзначить, що має справу з немасленим маслом, можливо спредом чи іншим здобутком хімічної промисловості. У такому разі скоріше емоційна ідентифікація буде встановлена на основі негативних емоцій, критичного ставлення, а анонс трактовано як «столичные рестораны заменили мясо в постных меню чем-то ненатуральным». Загалом в аналізованому тексті репрезентовано такі риси новинної інтернет-комунікації як схильність до мовної гри, презентативність (елементи мовної гри винесені на початок тексту, щоб привернути якнайбільше уваги), недотримання мовних норм (орфографічна помилка у слові «немасленное»), функціонування особливого мовленнєвого етикету (автор вживає узагальнення «рестораны», не конкретизуючи, про які саме йде мова). Анонс порушує низку максимум комунікативного кодексу, зокрема щодо скромності, повноти та якості інформації, манери. Непродумана мовна гра нівелювала приховані рекламні інтенції продуцента, що намагався сприяти створенню позитивного іміджу низки столичних ресторанів, замість того анонс сприймається як антиреклама, а репутації мереж елітного харчування завдано шкоди.

Отже, використання елементів мовної гри потребує від копірайтера певної кваліфікації, особливо важливим рівень професійних умінь стає тоді, коли справа стосується різних трансформацій та змін фразеологізмів. Якщо таких вмінь недостатньо, то як наслідок отримуємо девіантні тексти. З іншого боку, мовна гра часто використовується як засіб маніпуляцій свідомістю, для передачі прихованих настанов та зразку оцінки, відповідно її можна вважати одним з маркерів маніпулювання та, помітивши у тексті, потрібно уважно аналізувати й критично оцінювати, інакше читач ризикує перетворитися у зомбованого споживача.

У подальших дослідженнях плануємо дослідити інші особливості новинної інтернет-комунікації, що сприяють виникненню девіацій та маніпулювання свідомістю реципієнтів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Акимова Н. В. Интернет-коммуникация: психолингвистический анализ: Монография / Н. В. Акимова. – Саарбрюккен, Германия: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2014. – 142 с.
2. Асмус Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства : дис. на соискание уч. степени кандидата филологических наук : спец. 10. 02. 19 – «Теория языка» / Н. Г. Асмус – Челябинск, 2005 – 265 с.
3. Большой толковый словарь русского языка / Гл. ред. С. А. Кузнецов. – СПб. : Норинт, 2009. – 1536 с.
4. Главные новости часа. Лента новостей «РИА Новости» [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://ria.ru/>
5. Горюхов В. М. Электронные СМИ в контексте обеспечения национального информационного суверенитета // Интернет-коммуникация в деятельности институтов сектора безопасности: теоретико-прикладной аспект : [монография]. – К., Луганск : Янтар, 2013. – С. 67–112.
6. Горошко Е. И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии / Е. И. Горошко // Жанры речи. – 2009. – Выпуск 6. «Жанр и язык». – С. 11–27.
7. Дьякова Е. Ю. Поликодовый текст в британском рекламном дискурсе сферы образования : автореф. на соискание уч. степени кандидата филологических наук: спец. 10. 02. 04 – «Германские языки» / Е. Ю. Дьякова. – Воронеж, 2011. – 25 с.
8. Егорова И. Ю. Акцентирование в рекламном интернет-дискурсе : автореф. на соискание уч. степени кандидата филологических наук : спец. 10. 2.19 – «Теория языка» / И. Ю. Егорова. – Волгоград, 2008. – 31 с.
9. Карпа І. Б. Функціональні та прагматичні характеристики інтерактивної віртуальної комунікації (на матеріалі інформаційно-довідкового сервісу Yahoo!Answers) : автореф. на здобуття наук. ступеня кандидата філологічних наук : спец. 10.02.04 – «Германські мови» / І. Б. Карпа. – Херсон, 2010. – 22 с.
10. Клочкова Е. С. Лингвопрагматические особенности электронного гипертекста на немецком языке : автореф. дис. на соискание ученой степени кандидата филологических наук : спец. 10.02.04 – «Германские языки» / Е. С. Клочкова. – Самара, 2009. – 22 с.
11. Лутовинова О. В. Языковая личность в виртуальном дискурсе : автореферат дис. на соискание уч. степени доктора филологических наук: спец.: 10.02.19 – «Теория языка» / О. В. Лутовинова. – Волгоград, 2013. – 42 с.
12. Новини України. Цензор.НЕТ – останні новини дня. Свіжі головні новини України та світу. Цензор.НЕТ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://censor.net.ua/>
13. Останні новини України та світу. Корреспондент.net – свіжі новини дня [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://korrespondent.net/>.
14. Останні новини України та світу. Корреспондент.net – свіжі новини дня [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://korrespondent.net/>.
15. РосБизнесКонсалтинг – новости, акции, курсы валют, погода, доллар, евро [Электронный ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rbc.ru/>.
16. Смолл Г. Мозг онлайн. Человек в эпоху интернета / Г. Смолл, Г. Ворган; пер. с английского Б. Козловского. – М. : Колибри, Азбука-Атикус, 2011. – 352 с.
17. Щипицина Л. Ю. Комплексная лингвистическая характеристика компьютерно-опосредованной коммуникации (на материале немецкого языка): автореф. на соискание уч. степени доктора филологических наук : спец. 10.02.04 – «Германские языки» / Л. Ю. Щипицина. – Воронеж, 2011. – 40 с.
18. Dresner E. The Topology of Auditory and Visual Perception, Linguistic Communication, and Interactive Written Discourse [Электронный ресурс] / E. Dresner // Language@Internet. – 2005. – Режим доступу: http://www.languageatinternet.de/articles/2005/161/index_html/.
19. Lenta.ru Главное [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lenta.ru/>.

Н. В. Акимова,

*Кировоградский институт государственного и муниципального управления
Классического частного университета, г. Кировоград, Украина*

**ЯЗЫКОВАЯ ИГРА НА САЙТАХ НОВОСТЕЙ КАК СПОСОБ
МАНИПУЛИРОВАНИЯ СОЗНАНИЕМ ЧИТАТЕЛЕЙ**

В статье рассмотрена специфика лингвистического манипулирования сознанием пользователей новостных сайтов благодаря использованию в текстах новостных анонсов (наиболее рейтинговых новостных порталов укрнета и рунета: Lenta.ru, Корреспондент.net, РИА Новости, Цензор.НЕТ, РосБизнесКонсалтинг) элементов языковой игры. Механизмы такого манипулирования раскрыты с учетом психологических закономерностей понимания текста, нейролингвистической специфики активизации соответствующих участков мозга, репрезентации своеобразия новостной интернет-коммуникации, особенностей функционирования коммуникативного кодекса. Определены случаи неэффективного использования языковой игры, указаны типичные ошибки продуцентов новостных текстов и их интенции.

Ключевые слова: языковая игра; манипулирование; девиация; девиантная речевая единица; интернет-коммуникация; интернет-лингвистика; психолингвистика; нейролингвистика.

N. Akimova,

Kirovohrad Institute of State and Municipal Administration of the Classic Private University, Kirovohrad, Ukraine

LANGUAGE PLAY ON NEWS SITES AS A WAY OF MANIPULATION OF READER'S CONSCIOUSNESS

The object of research in the article is specifics of use of language play on news sites (on the most popular news portals in Runet and Ukrnet: Lenta.ru, Korrespondent.net, RIA Novosti, Tsenzor.NET, RosBusinessConsulting). The purpose of the article is to show how the language play is used in news announcements, and how it affects the minds of readers. Methodological basis of studying the

mechanisms of this phenomenon are psychological principles of comprehension, neurolinguistic specificity of activation of the relevant brain's zones, features of Internet news communication, specifics of the communication code functioning.

Scientific innovation is that for the first time particular language play on the Internet is analyzed using multidisciplinary approach including the latest achievements of psycholinguistics, neuroscience and neurolinguistics. Language play is defined as a game meaning and sense of speech units.

In the article examples of inefficient use of language play are identified, the common mistakes producers of news texts make and their intentions are accented. The conclusions: language play often means a manipulation.

Results of the study can be used within Internet linguistics, psycholinguistics, neurolinguistics, medialogistics and in the training of journalists and experts in information security.

Keywords: *news sites; online communication; language game; understanding; psycholinguistics.*