

УДК 8.1752

Doi 10.26456/vtfilol/2026.2.156

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ СМЫСЛОВОГО КОНСТРУИРОВАНИЯ В МЕДИАТЕКСТЕ

Т.Г. Попова, С.В. Лоскутова

Военный университет имени князя Александра Невского Министерства
обороны Российской Федерации, г. Москва

В работе рассматриваются особенности коммуникативных стратегий смыслового конструирования в медиатексте. В статье также исследуются механизмы «двойных стандартов», определяющих манипуляции общественным мнением. Кроме этого, авторами работы проведен анализ процесса формирования ожидаемых отправителем информационного сообщения интерпретационных матриц (границ). Авторы статьи опираются на метод компонентного анализа, интроспективный метод интерпретации текста, метод контекстуально-ситуативного анализа, а также метод когнитивного и дискурс-анализа.

Ключевые слова: смысловое конструирование, значение, язык, коммуникация, аксиология, понимание.

На современном этапе развития лингвистической науки большое внимание к себе привлекают вопросы, связанные с лингвистической безопасностью и информационным противоборством. В данном аспекте, на наш взгляд, немаловажным является анализ применения «двойных стандартов» как стратегии смыслового конструирования. Такой подход нам видится вполне обоснованным, поскольку использование «двойных стандартов» на основании аксиологических и когнитивных ориентиров на адресата позволяет адресанту применять селективное освещение информационного сообщения и, как следствие, ведет к стратегическому манипулированию нарративами.

При этом отправителем сообщения избирательно используются те или иные лексические, выразительные и изобразительные средства. Механизмы «двойного манипулирования» имеют самое непосредственное отношение к фактору неискренности и лжи. Исследование этих вопросов в аспекте «двойных стандартов» направлено на более глубокое понимание факторов воздействия на общественное мнение. В этой связи важно отметить, что политика «двойных стандартов» основывается как на прагматических результатах, так и на глубинных аксиологических составляющих дискурсивной регуляции, что, в свою очередь, характеризует механизм «двойных стандартов» как один из наиболее манипулятивных и эффективных способов оказания влияния на общественное сознание.

Здесь нам видится правомерным сослаться на точку зрения Е. Г. Князевой [2: 59], которая в своем научном труде подчеркивает, что

смысл высказывания формируется в языковом сознании коммуниканта в процессе взаимодействия с высказыванием, рассматриваемым как материально-знаковая система, которая определяется как комплексная и целостная структура индивидуально-деятельностных и личностных элементов значений, включая, в том числе, и ситуативно-определенные аспекты.

В данном аспекте приведем также точку зрения на различие понятий «смысл» и «значение», которое дает А. Р. Лурия [4: 43]. Исследователь отмечает, что «значение представляет собой объективную систему связей и отношений, которая является стабильной и одинаковой для всех людей; это аспект языка, который определяется его использованием в общественной практике. Смысл же слова означает индивидуальное понимание его значения в конкретный момент времени и в конкретной ситуации, смысл включает в себя субъективные аспекты, такие как переживания и аффективное состояние субъекта, которые влияют на его восприятие слова и его значения в данном контексте».

Для полноценного осмысления процесса толкования смыслов важно принять во внимание предложенную Е. Г. Князевой [3: 124] концепцию «смыслового синтеза», которая является ключевым фактором анализа текста. В понимании исследователя смысл формируется не только в рамках объективных языковых структур, но также и как следствие влияния субъективных факторов, объясняемых опытом субъекта и когнитивными особенностями реципиента. Таким образом, отсюда вытекает, что каждая «личность, **по-своему воспринимающая и преобразующая окружающий мир**», привносит в текст уникальные интерпретационные стратегии, что делает процесс восприятия динамичным и вариативным.

Таким образом, интерпретация текста является не просто процессом декодирования информации, а творческим актом смыслопорождения, в котором участвуют как языковые средства, так и личностные характеристики воспринимающего. В данном контексте следует также выделить важную роль апперцепции, под которой мы понимаем восприятие окружающей человека реальности и происходящих вокруг событий на основе прошлого опыта человека.

В процессе коммуникативного акта в тексте находят отражение те или иные особенности как концептуальной, так и языковой картины мира как самого отправителя сообщения, так и реципиента. Кроме этого следует отметить, что текст взаимодействует с экстралингвистическими знаниями адресата, что, соответственно, оказывает самое непосредственное влияние на достижение прагматического результата и, таким образом, детерминирует эффект восприятия передаваемого адресантом информационного сообщения.

Таким образом, отсюда вытекает, что для адекватного и полноценного декодирования отправленного нам сообщения важен учет

экстралингвистической информации. В этой связи сошлемся на работу В.А. Миловидова, где подчеркивается, что «мысль, если она желает воплотиться в слове, неизбежно изменяет себе — как и слово, которое хочет быть осмысленным. Этот конфликт между намерением и воплощением, между формой и содержанием, между человеком и историей, вероятно, и составляет главный нерв и, одновременно, главный двигатель культуры: стремясь к правде и пониманию, человек неизбежно обеспечивает приращение "культурного материала"» [5: 7].

Приступая к освещению вопросов, связанных с коммуникативными стратегиями в медиатексте, прежде всего, отметим, что анализ подобного текста требует разграничения феноменов «событие» и «факт». В этом вопросе сошлемся на точку зрения Н. Д. Арутюновой [1: 492–493], которая делает заключение о том, что феномены «событие» и «факт» не могут использоваться синонимично. Это можно объяснить тем обстоятельством, что факты имеют отношение к когнитивной (познавательной) сфере и, соответственно, существуют исключительно в сознании, в то время как событиям свойственны хронологические характеристики и, следовательно, они относятся к объективной реальности.

Из всего вышесказанного можно сделать заключение, что на основании авторской позиции и интерпретации того или иного информационного послания одно и то же событие может толковаться через самые разные факты, что, в конечном итоге, будет детерминировать процесс его смыслового конструирования в сознании получателя информации. Новостной текст представляет собой многослойную, динамическую, восприимчивую к внешним воздействиям структуру, в которой находят свое отражение такие компоненты, как прагматические, информационные, когнитивные, коммуникативные, а также семиотические компоненты.

Так, например, если говорить о применении «двойных стандартов» в медиатексте, то можно выделить наиболее характерные коммуникативные стратегии, направленные на достижение цели отправителя (ей) информационного сообщения (ий), которые базируются на «двойном послании». Прежде всего, следует назвать стратегию манипуляции эмоциями, которая при описании различных событий часто преднамеренно и целенаправленно сгущает краски. Для этого используется довольно широкий спектр эмоционально окрашенных лексических единиц, что подчас мешает реципиенту осмыслить получаемые информационные сообщения.

В качестве следующей стратегии следует выделить стратегию фрейминга, под которой следует понимать формирование вариативных рамок толкования, в которых те или иные ситуации отражаются через фильтрованный отправителем информационного сообщения контекст, что неминуемо оказывает на адресанта заданное адресатом то или иное

влияние. Тем самым, получатель информационного сообщения подвергается манипулятивному воздействию. Так, например, в зависимости от прагматических целей «конфликт» может подаваться и как «агрессия», и как «борьба за демократию». В качестве третьей стратегии можно выделить стратегию нормализации. Говоря другими словами, здесь речь идет о многочисленном повторе тех или иных конкретных тезисов и их представление как самоочевидных, что снижает уровень критического восприятия информации и делает ее общепринятой нормой. В качестве четвертой стратегии мы выделяем селективное понимание принимаемого реципиентом информационного сообщения.

При этом одни факты утрируются, другие нивелируются, а о третьих отправитель сообщения может молчать. Стратегия псевдообъективности направлено на формирование адресантом ложной картины правдивого освещения тех или иных событий. При этом тактика может быть, к примеру, следующей: создается вариативная трактовка событий на основе различных позиций, где одна позиция может быть представлена как несущественная, а другая подается как главенствующая.

В качестве следующей стратегии выделим стратегию поляризации, которая сводится к тактике оппозиции – формированию явно выраженного противостояния между «своими» и «чужими», что сводится к разделению на «верно» и «неверно» живущими, и, в частности, «верно» и «неверно» поступающими странами, социальными группами и т.д. Таким образом, происходит выдавливание «чужака» из нейтральной позиции. Кроме перечисленных нами выше стратегий выделим также стратегию дискредитации и стигматизации. В данном случае речь идет о подаче альтернативных мнений как лживых посредством пейеротивного маркера. В качестве примера можем назвать использование таких маркированных слов, как «фейк» или «пропаганда».

Таким образом, мы рассмотрели коммуникативные стратегии смыслового конструирования в медиатексте и описали механизмы «двойных стандартов», где используются самые различные индикаторы и, в том числе, пейеротивные маркеры.

Список литературы

1. Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. Москва : Языки русской культуры, 1999. С. 492–493. Текст : непосредственный.
2. Князева, Е. Г. Синтез смыслов / Е. Г. Князева. Текст : непосредственный // Структурная метафизика языка и феноменология речевого дискурса: критерий системных интерпретаций. Москва: Международные отношения, 2015. С. 59.
3. Князева, Е. Г. Диалогический дискурс и смысловой синтез / Е. Г. Князева. – Текст : непосредственный // Вестник КГУ. 2018. № 1. С. 124 -126..

4. Лурия, А. Р. Язык и сознание / А. Р. Лурия. 2-е издание. Москва: Изд-во МГУ, 1998. 335 с. Текст : непосредственный.
5. Миловидов В.А. Вместо предисловия: парадоксы художественного перевода// Русская литература за рубежом: перевод как восприятие и восприятие перевода. Тверь: Тверской государственный университет, 2015. С. 214-238.

Об авторах:

ПОПОВА Татьяна Георгиевна – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры английского языка (второго), Военный университет им. князя Александра Невского Министерства обороны Российской Федерации (123001, г. Москва, ул. Большая Садовая, 14), e-mail: tatyana_27@mail.ru

ЛОСКУТОВА Светлана Витальевна, преподаватель кафедры иностранных языков, Военный университет им. князя Александра Невского Министерства обороны Российской Федерации (123001, г. Москва, ул. Большая Садовая, 14), e-mail: 21winter15@yandex.ru

DOUBLE STANDARDS AS A SEMANTIC CONSTRUCTION STRATEGY

T.G. Popova, S.V. Loskutova

Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation, Moscow

The paper examines the features of communicative strategies of semantic construction in a media text. The work also explores the mechanisms of «double standards» that determine manipulation of public opinion. In addition, the article also analyzes the process of forming interpretative matrices (boundaries) expected by the sender of the information message. The authors rely on component analysis of vocabulary, introspective method of text interpretation, methods of contextual and situational analysis, as well as cognitive and discourse analysis.

Keywords: *semantic construction, meaning, language, communication, axiology, understanding.*

About authors:

ПОПОВА Tatiana Georgijevna – Dr. of Science, Professor of the English Department, Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation (123001, Moscow, Bolshaya Sadovaya Street, 14), e-mail: tatyana_27@mail.ru

ЛОСКУТОВА Svetlana Vitaljevna – Lecturer of the Foreign Languages Department, Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation (123001, Moscow, Bolshaya Sadovaya Street, 14), e-mail: 21winter15@yandex.ru

Статья поступила в редакцию 21.03.26
Подписана в печать 05.04.26

© Попова Т.Г.
Лоскутова С.В., 2026