

*Философские науки***ВЛИЯНИЕ СМИ НА МАССОВОЕ СОЗНАНИЕ В  
ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ**

Конюхова Т.В.

*ТПУ, Томск*

Информации в современном обществе, как показывает анализ литературы, отводится значимое место, которое она не занимала ни в традиционном, ни в модернизирующемся мире. Динамика роста объема информации такова, что ее количество удваивается каждые 20 месяцев против 50 лет во времена К. Маркса<sup>1</sup>. Развивающееся общество требует интенсификации всех информационных процессов при широком использовании средств массовой информации (СМИ). Благодаря возрастающим возможностям СМИ информация с высокой скоростью доходит до потребителя, многократно тиражируется и активно внедряется в сознание масс.

Рост информации породил новую форму общения, которая свойственна урбанизированным территориям с большим скоплением людей, - массовую коммуникацию. Массовая коммуникация понимается как процесс производства массовой информации и ее дальнейшее распространение при непосредственном общении или с помощью СМИ на численно большие и рассредоточенные аудитории. Передача идентичной информации на значительные территории и возможность ее неоднократного и практически одновременного воспроизведения позволяют регулировать воздействие СМИ на массу - субъекта-носителя массового сознания<sup>2</sup>.

Способности СМИ существенно влиять на массовое сознание были подмечены давно. Совершенствование технических возможностей СМИ значительно расширило масштабы манипуляции массовым сознанием, которое легковерно и без труда поддается влиянию<sup>3</sup>. Масса не имеет собственного мнения, поскольку она неприспособлена к теоретическому мышлению, поэтому в результате любое мнение в нее приходится втискивать извне и под давлением<sup>4</sup>, а умелое манипулирование информацией делает возможности внушения масс со стороны СМИ практически безграничными.

В информационную эпоху роль СМИ в формировании общественных ценностей, ориентаций и воззрений значительно возрастает. Медиа все глубже стали проникать в жизнь людей и оказывать динамичное и целенаправленное воздействие на массовое сознание. Это привело к тому, что индивиды, составляющие массу, стали жить в мире «информационных фантомов», насаждаемых СМИ.

На современном этапе СМИ превратились из простых средств поиска, переработки и передачи информации в средства, контролирующие и трансфор-

мирующие внутренний, духовный мир человека. Вместо того, чтобы расширять горизонты развития человеческого сознания, давать ему суверенность и независимость в суждениях, современные СМИ все жестче манипулируют сознанием масс с помощью растрезанных стандартов поведения. Стараясь донести до потребителя информацию, СМИ выполняют свою важнейшую задачу - сделать так, чтобы в массовом сознании эта информация вызвала реакции, соответствующие требованиям заказчика, в лице которого могут выступать как частные лица, так и государство.

Широкое разнообразие СМИ (телевидение, пресса, радио, Интернет), казалось бы, должно вести к индивидуализации характера, деятельности и сознания человека, давать ему возможность выбора: смотреть или не смотреть телевизор, а если смотреть, то какой канал или программу, читать или не читать прессу, слушать или не слушать радиопередачи. Но, на наш взгляд, это только иллюзия, у человека нет выбора. Подавляющее число людей смотрит телевизор, те же каналы, программы и в том порядке, который утвержден регламентом программы передач. Они читают те же статьи в журналах и газетах, которые читает большинство других людей, слушает те же радиоспектакли и информационные выпуски, спеша по своим делам или отдыхая дома.

Сложившаяся ситуация порождает неоднозначность оценки СМИ. С одной стороны, развитие массовой коммуникации и СМИ положительно влияет на осведомленность индивидов об окружающем мире, но в тоже время за их развитием стоит фактор, собственно манипулирующий сознанием масс. Именно СМИ и массовая коммуникация в числе первых провоцируют массовизацию личности, стандартизируют взгляды, поведение людей, вырабатывают единообразие их реакций.

Однажды Уинстон Черчилль сказал, что тот, кто владеет информацией, тот владеет миром. Сегодня можно с уверенностью говорить о том, что тот, кто контролирует СМИ, способен активно влиять на воззрения людей, их поведение и в целом на массовое сознание в обществе.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абдеев Р. Ф. Философия информационной цивилизации / Р. Ф. Абдеев. - М.: ВЛАДОС, 1994.
2. Ольшанский Д. В. Психология масс. - СПб.: Питер, 2002. - 368 с.
3. Фрейд З. Массовая психология и анализ человеческого «Я». // Фрейд З. Избранное. Т. I.L: Academic Press, 1969.
4. Ortega y Gasset J. Der Aufstan der Massen. В.: Folk Verlag, 1959.

## Филологические науки

## К ВОПРОСУ ОБ ИСТОКАХ МЕТОНИМИИ И МЕТАФОРЫ ДОМА

Илюхина Н.А.

Слово *дом* вовлекается в процессы семантического варьирования метафорического и метонимического типа. Когнитивный взгляд на метафору и метонимию позволяет усмотреть их общие корни.

Прямое и метонимически производные ЛСВ слова *дом* коррелируют с составом ключевых метафорических моделей, используемых для интерпретации концептов, именуемых составом ЛСВ этого слова.

Некоторые ЛСВ лексем *дом* и *семья* являются общими: 'члены семьи', 'семья как система отношений', 'хозяйство как набор обязанностей', 'быт', 'частная жизнь' и нередко воплощаются в синкретическом виде: *У каждого человека своя история Дома. И пусть вам неизвестна жизнь вашего рода до седьмого колена, все равно есть что рассказать о своей семье и своем «чувстве дома».* Пушкин пытался утвердить традицию *семьи* как частного случая *Дома*... *Того автономного и неприкосновенного исторического уклада, в который никто не может вмешиваться, ни царь, ни церковь, ни народ... Семья как независимая и самобытная сфера духовной жизни!* (Комс. правда); ...любовь к близким людям и делает нашу жизнь много добрее, краше, а значит, и счастливее. Поэтому главным Делом женщины должен стать *ее Дом, ее семья, ее дети* (Кобурнеева, Федорова); *Если бы Стрельников стал снова Пашиенькой Антиповым. Если бы он перестал безумствовать и бунтовать. Если бы время повернуло вспять. Если бы где-то вдали, на краю света, чудом затеплилось окно нашего дома с лампой и книгами на Пашином письменном столе, я бы, кажется, на коленях ползком приползла туда... Я пожертвовала бы всем* (Б.Пастернак); *А Володя ...научит дочь таланту терпения. Поможет обрести ей дом. Дом – это как вера. К одним он приходит смолоду и сразу. А другие обретают дом мучительно, через сомнения, страдания и потери. Уходят из него, как блудные дети, чтобы вернуться обратно. Обрести и оценить.* (В.Токарева).

Абстрактные концепты обычно образно моделируются. Концепт 'семья' часто интерпретируется в терминах вместилища, в котором угадываются контуры дома: *вести в семью нового человека, в семье произошел конфликт, развалины семьи; ...когда страна в таком разобранном состоянии, человек, теряя устойчивость, веру, ориентиры в широком смысле слова, стремится забиться в семейную нишу, где его понимают, о нем заботятся, где он способен реализовать свою любовь, душевные порывы. И именно в семье, в Доме своем он понимает, что счастлив среди близких ему людей* (Кобурнеева, Федорова). Выбор образа определяется тем, что

1) на когнитивном уровне концепты 'дом', 'семья', 'частная жизнь', 'система семейных отношений', 'семейная атмосфера', 'семейное хозяйство' оказываются тесно связаны и объединены одним гештальтом;

2) на языковом уровне слово *дом*, объединяющее в виде ЛСВ те же концепты, при употреблении в разных значениях сохраняет сочетаемость – выступает в лексико-грамматических конструкциях, характерных для прямого значения: *привести в дом* ('в здание' и 'в семью'), *строить/разрушить дом* ('здание', 'быт', 'семейные отношения'), *любить дом* ('здание', 'члены семьи', 'семейный уклад', 'частную жизнь').

Оказавшись в сфере абстракций, образ вместилища начинает осмысляться как метафора и развертываться по логике метафоры. Ср. ее использование при характеристике

а) частной жизни: *Не праздное любопытство влечет заглянуть в нее [драму жизни], не желание насильственно раскрывать двери частной жизни* (А.Кони);

в) семьи как системы отношений: *О чем я думал, сидя у гроба покойного почти до самых сумерек? Конечно же о нем прежде всего, о его жизни, ...да и о родичах его тоже, которые от горя и безалаберности еще не совсем понимали..., какая потеря их постигла, что выпал стержень, державший всю постройку, и семья немедленно развалится, расплывется по разным углам* (В.Астафьев);

в) системы отношений в коллективе: *Оказавшись в институте, вдали от родителей, в городе, ...где ей надо самой строить свои отношения со всеми, где никому нет дела восхищаться ее исключительностью...* (М. Покрасс).

С другой стороны, у слова *дом* есть ЛСВ «домочадцы», а на когнитивном уровне – образ членов семьи, что по той же логике влечет за собой использование олицетворения в качестве способа интерпретации этих концептов: *Дом радостно принимал меня в свои объятия и... пробуждал во мне тьмы образов, чувств, событий невозвратно счастливого прошедшего* (Л. Толстой).

Представляется неслучайной соотносительность состава ЛСВ слова *дом* и использование метафорической модели «дом/здание» и олицетворения для интерпретации понятий 'семья', 'частная жизнь', 'семейный уклад', 'межличностные отношения'. Истоками метонимии и когнитивной метафоры (переноса с конкретного на абстрактное) лежат в гештальтной связи этих концептов. Если под метафорой домашней системы семейных отношений подразумевать перенос не с абстрактно понимаемого здания, а с домашней этой семьи, то нельзя не видеть между концептами (областями источника и мишени) отношений смежности, а в механизме образования данной метафоры – метонимической составляющей. Роль метонимии в процессе моделирования абстрактных концептов заключается в опоре на образы, находящиеся с моделируемым концептом в отношениях смежности. Эти отношения не только порождают лексическую метонимию, но и определяют тип метафоры. Сказанное позволяет констатировать, что метонимия и когнитивная метафора дома имеют одни ментальные основания.