

Сара Похьянтули

КАК ОТРАЖАЕТСЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ АКТИВНОСТЬ МОЛОДЁЖИ В РОССИЙСКИХ СМИ

АННОТАЦИЯ

Похьянтули Сара : Как отражается политическая активность молодёжи в российских СМИ
Бакалаврская работа
Университет Тампере
Бакалаврская программа по языкам: русский язык
Февраль 2020

Настоящая работа исследует политическую активность молодёжи в российских СМИ. В работе рассматриваются две статьи СМИ в эмпирической части, чтобы можно было сделать выводы, являются ли молодые люди активными или пассивными в политике. Цель работы – исследовать какими языковыми средствами говорится об активности или пассивности молодых людей в политике, и какой образ молодёжи создаётся в текстах при помощи данных средств. Метод анализа – дискурс-анализ. В анализе показан контраст между двумя статьями. Первая из них показывает, что активность молодых людей – это обычная вещь и норма. Вторая статья, напротив, показывает, что молодёжь больше всего пассивна в политике, хотя её активность нужна. В текстах было тоже сходство, не только контраст.

Теоретическая часть данной работы состоит из двух частей – (1) язык СМИ и (2) оценочная лексика и её самые центральные темы. В теоретической части работы описывается какой язык обычно бывает в текстах СМИ, какие тенденции и стили использовались раньше в текстах СМИ, и как стиль языка СМИ изменился в течение времени. В тексте тоже есть определения центральных терминов, таких как СМИ и оценочная лексика. В данной главе тоже сказано о месте оценочной лексики в текстах СМИ, и почему её использует в текстах СМИ. Оценочная лексика играет важную роль тоже в эмпирической части работы, потому что в анализе найдены многие слова, которыми авторы текстов дали или положительную оценку, или отрицательную оценку молодёжи. Как уже сказано выше, между статьями был контраст, и в статье, где говорится об активности, молодёжь получила положительную оценку, а в другой статье молодёжь получила отрицательную оценку. В первой статье молодёжь – субъект политики, а в другой она – только объект политики.

Самый важный результат данной бакалаврской работы – молодые люди активны в политике. Активность молодёжи считается хорошим явлением в обоих текстах. Общий дискурс показывает, что активность молодых людей нужна, потому что она может влиять на принятие решений, вместе с молодёжью можно принимать более эффективные решения. Тема задачи власти и её поддержки тоже заметна в текстах. Наша гипотеза не подтвердилась, потому что она предполагала политическую пассивность молодых людей.

Ключевые слова: оценочная лексика, политическая активность, молодёжь, язык СМИ, положительная оценка, отрицательная оценка, контраст

Оригинальность исследования проверена с помощью программы Turnitin OriginalityCheck.

TIIVISTELMÄ

Pohjantuli Sara : Как отражается политическая активность молодежи в российских СМИ
Kandidaatintutkielma
Tampereen yliopisto
Kielten tutkinto-ohjelma, venäjän opintosuunta
Helmikuu 2020

Tutkielmassa tarkastellaan nuorten poliittista aktiivisuutta ja passiivisuutta venäläisten joukkotiedotusvälineiden teksteissä. Tarkastelun kohteena on nuorten poliittinen aktiivisuus, eli ovatko he aktiivisia vai passiivisia politiikassa. Tutkielman tarkoituksena on tarkastella millaisin kielellisin keinoin ja sanoin aktiivisuutta tai passiivisuutta kuvaillaan sekä tarkastella millainen kuva nuorista muodostuu näiden keinojen käyttämisen myötä. Tutkielman analyysimetodina käytetään diskurssianalyysia. Tutkielman analyysissa ilmeni kontrasti tutkielman analysoitavan aineiston, kahden artikkelin, välillä. Ensimmäisen artikkelin mukaan nuorten poliittinen aktiivisuus on hyvä asia ja sitä pidetään jopa normina. Sen sijaan toisen artikkelin mukaan nuoret ovat passiivisia politiikassa, vaikka heidän aktiivisuutensa olisikin tarpeen. Artikkeleissa esiintyi myös samankaltaisuuksia, ei pelkkää kontrastia.

Tutkielman teoreettinen osuus koostuu kahdesta osa-alueesta, joiden keskeisiä teemoja ovat joukkotiedotusvälineiden kieli sekä arvioiva sanasto. Teoreettisessa osuudessa käsitellään seuraavia asioita, kuten millainen kieli yleensä esiintyy joukkotiedotusvälineissä, millaisia taipumuksia ja tyylejä on aikaisemmin ollut joukkotiedotusvälineiden kielessä sekä miten kokonaisuudessaan joukkotiedotusvälineiden kieli on muuttunut ajan saatossa. Tekstissä määritellään keskeiset termit kuten joukkotiedotusvälineet ja arvioiva sanasto. Kyseisessä pääluvussa käsitellään arvioivaa sanastoa tarkemmin, esimerkiksi millainen paikka sillä on joukkotiedotusvälineiden kielessä ja miksi sitä käytetään joukkotiedotusvälineiden teksteissä. Arvioivalla sanastolla on olennainen rooli myös tutkielman analyysin osalta, sillä analyysia tehdessä löydettiin paljon sanoja, joilla tekstin kirjoittaja arvioi nuorisoa joko positiivisesti tai negatiivisesti. Kuten jo aikaisemmin tiivistelmässä mainitaan, artikkelissa, jossa nuoria pidetään poliittisesti aktiivisina, tekstin kirjoittaja kirjoittaa nuorisosta positiiviseen sävyyn. Toisessa artikkelissa, jossa nuoret ovat passiivisia politiikassa, nuorisoa saa negatiivisen arvion. Ensimmäisessä artikkelissa nuorisoa pidetään politiikan subjektina, toisessa taas nuorisoa on ennen kaikkea vain objekti politiikassa.

Tehdyn analyysin pohjalta voidaan sanoa, että nuorisoa on poliittisesti aktiivista. Molemmista analysoitavissa artikkeleissa nuorten poliittista aktiivisuutta pidetään tärkeänä ja hyvänä ilmiönä. Teksteistä löytyy myös samankaltainen diskurssi nuorten poliittisen aktiivisuuden tarpeellisuudesta, sillä nuorisoa pystyy vaikuttamaan päätöksentekoprosessiin sekä heidän osallistuessaan politiikkaan voidaan tehdä entistä tehokkaampia päätöksiä. Molemmista teksteistä löytyy myös ajatus yhteiskunnan tehtävästä ja yhteiskunnan tuesta. Tutkielman tekijän hypoteesi ei toteutunut, sillä se perustui ajatukselle nuorten poliittisesta passiivisuudesta.

Avainsanat: nuorisoa, poliittinen aktiivisuus, joukkotiedotusvälineiden kieli, arvioiva sanasto, kontrasti, positiivinen arviointi, negatiivinen arviointi

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck –ohjelmalla.

Оглавление

Введение.....	5
Язык СМИ.....	6
1.1 Язык СМИ.....	6
1.2 Оценочная лексика.....	9
Методы исследования.....	12
Контраст между активностью и пассивностью.....	13
1.1 Определение материала исследования.....	13
1.2 Положительная оценка в тексте «Создание условий для самореализации молодежи обсудили на Московском финансовом форуме».....	14
1.3 Отрицательная оценка в тексте «Молодые люди должны участвовать в политике, но не в качестве политиков».....	16
Выводы.....	19
Заключение.....	20
Список литературы.....	21

Введение

Мир уже другой, чем сто лет назад. Сегодня у нас есть Интернет, и большинство из нас использует социальные медиа даже каждый день. Для молодёжи социальные медиа не только место, где можно говорить с друзьями, а одно из средств воздействия политике. Они делают возможным активное участие в политике в данном месте.

В этой работе мы рассматриваем политическую активность молодёжи на материалах СМИ. Нас интересует какими словами и какими языковыми средствами выражается политическая активность и пассивность молодёжи в России. Мы будем рассматривать пять статей СМИ об активности или пассивности, и потом мы будем анализировать некоторые из них в лингвистическом контексте.

Почему мы выбрали данную тему? Указанная проблема является актуальной в современном мире, потому что отношение молодёжи к политике важная вещь. Молодёжь – наше будущее, и она может влиять на мире, если она активная в политике. Мы также изучаем политологию в университете, и поэтому мы знаем, что молодёжь часто не активная в политике. Мы будем исследовать эту тему исходя из гипотезы, что молодёжь не так активна. Наша гипотеза такая, потому что нам кажется, что чаще всего молодые люди не участвуют в политике, по той или иной причине. Наши цели – понимать молодёжь и исследовать оценочную лексику.

Наши базисные источники – эти книги «Дискурс власти и власть дискурса» В. Е Чернявской, «Язык современных СМИ» Н. Е. Петровой и «Язык СМИ и политика» Г. Я Солганика. Кроме этих работ мы используем другие лингвистические работы и исследования, и большинство из них опубликованы в Интернете.

В нашей работе введение, три главы и заключение. В первой главе мы рассматриваем какой язык в текстах СМИ и что такая оценочная лексика, а во второй главе мы будем рассматривать нашу эмпирическую часть и анализировать тексты СМИ. В третьей главе мы сделаем выводы о нашем анализе.

Язык СМИ

1.1 Язык СМИ

В данной главе мы будем рассматривать какой язык обычно бывает в текстах СМИ. Дальше мы рассмотрим, что такое оценочная лексика и какое место у неё в текстах СМИ. В СМИ существует так много разных текстов и поэтому невозможно определить однозначно, каким является язык СМИ. На первый взгляд может показаться, что язык СМИ такая обычная вещь, и мы все знаем, как люди пишут тексты в газеты или какие тексты есть на телевидении. Однако, есть так много разных вариантов языка, как много средств массовой информации.

Нам кажется, что нужно определять, что значит СМИ, чтобы нам легко говорит о нем. СМИ – это сокращение слова средства массового информации. СМИ – обычный термин, который большинство людей знает. Для слова есть многие разные определений, но традиционно СМИ: газеты, журналы, телевидении, и радио. В законе РФ «О средствах массовой информации» есть такое определение: «совокупность периодических печатных изданий, радио-, теле-, видеопрограмм, кинохроникальных программ, иных форм периодического распространения массовой информации». (Бакунцев, Федотов, www). Мы используем термин СМИ здесь как масс-медиа.

В своей книге «Язык современных СМИ. Средства речевой агрессии» Н. Петрова и Л. Рацибурская написали, какие особенности есть у языка СМИ. Они используют цитаты, которые показывают роль СМИ в современном мире. СМИ один из институтов общества, говорится в одной цитате. СМИ формируют взгляды и мнения, например СМИ влияют на моральные нормы и на то, какие оценки есть у людей. (Петрова, Рацибурская 2014: 7). Конечно, СМИ влияют также на языковые средства, потому что чтение разных текстов развивает людей (там же: 7). Например, чтение текстов СМИ даёт понимание об окружающем мире и понимание того, какие языковые средства используется в СМИ.

Социально-политические процессы тоже влияют на язык СМИ, в частности, изменяют его. Ясно, что время Советского Союза и цензура этого времени, повлияли на язык. Такая роль была также у постсоветского периода (там же: 8). По мнению учёных, публицистика получила новую роль в постсоветском периоде, и это значит, что она влияла на речевой вкус, например на нормы в литературе (там же: 8).

В книге определяется современный медийный дискурс и описываются его особенности. Характеристика данного дискурса экспрессивная и оценочная, и он имеет

информационную функцию (Петрова, Рацбурская 2014: 9). Эта характеристика интересна, потому что она связана с оценочной лексикой. Однако, тексты СМИ или медийные тексты становятся более разносторонними. В современных СМИ тоже есть тенденции и процессы, которые отражают как российское общество и русский язык изменились с течением времени. Данные тенденции и процессы, конечно, отличаются друг друга. В книге показывается два типа тенденций – демократизация и интеллектуализация. Демократизация – это отражение того, что устная речь влияет на письменную. Это явление началось, когда стали происходить демократические реформы в обществе. (там же: 10.)

Тогда также стали меняться нормативные границы языка массовой коммуникации. По сложившейся традиции СМИ показывали образец нормативности, и люди привыкли к этому. Конечно, СМИ тоже были каналом общественного мнения и влияли на сохранение русского литературного языка, одновременно определяя его норму. Таким образом, в прошлом роль СМИ была важной. Сейчас ситуация другая, потому что в СМИ используется также спонтанная речь, и СМИ культивируют не только литературный язык. Эта свобода развилась одновременно с политической свободой, когда люди начинали использовать другие формы речи в политике. Косноязычные митинги сменились зажигательными речами. (там же: 10-11.)

По мнениям ученых, свободы слова в СМИ имеет и положительные, и отрицательные последствия. Положительные последствия – это возвращение официальной устной речи, выражение альтернативных мнений и формирование разных индивидуальных стилей журналистов и других изданий медиа. Однако есть и отрицательные последствия. Запрет цензуры и прямой эфир вызвали снижение уровня культуры медийной речи, потому что устная речь стала более свободной. Например, распространение мата стало более заметным в разных социальных группах, и СМИ этому способствовали. Некоторые элементы из теле- и радиоэфира поменяли представление об эталоне речи, и нейтральный стиль занял место высокого стиля. (там же: 12.)

Исследователи объясняют, какое стремление было у журналистов, когда стиль СМИ менялся, а границы разных стилей размывались. Новой стратегией стала близость к адресату. Эта стратегия значит, что СМИ будут говорить на том же языке, который использует большинство жителей общества. Если будет использоваться эта стратегия, СМИ станут более понятными и лучше доступными для адресата. (там же: 13). Может быть, близость к адресату нужна, потому что высокий стиль иногда слишком труден для восприятия. Однако разговорный стиль – не лучший выбор, поэтому слияние стилей было бы хорошей идеей.

В 2005 году вступил в силу закон «О государственном языке Российской Федерации». Согласно этому закону, тексты СМИ надо очищать от негативных последствий свободы слова, например от жаргонной лексики. (Петрова, Рацибурская 2014: 13.) Возможно, что это хорошая вещь тоже, потому что жаргоны не так легкие для жителей с низким уровнем образования. Одновременно, закон не был так плохой, как отрицательные последствия кажутся – закон, однако, поддерживал место русского языка в Российской Федерации.

Самая важная характеристика современных СМИ – субъективизация медийных текстов. Субъективизация усиливает значение личности и подчеркивает авторское «я». Демократизация, которую мы описывали выше, тоже увеличивает долю спонтанной публичной речи. (там же: 13-14). По мнению многих исследователей, современные СМИ больше интерпретируют происходящее в обществе, чем информируют читателей (там же: 14).

Пример сегодня становится лексикау СМИ, которую имеется эмоциональной, только с отрицательными эмоциями. Может быть лексика связана с ситуацией российского общества. В книге говорится, как общественно-политическими и экономическими процессами в обществе влияют на основные эмоциональные доминанты текстов СМИ. Эмоционально-оценочный тон медийного дискурса усиливают использование популярные слова и выражения, которые помогают автору получить контакт с читателем. Интертекстуальность один из самых важных процессов, который характеризует современный медийный дискурс. (там же: 15-16.)

Другая центральная вещь в текстах СМИ – диалогизация. Ученые думают, что активный диалог с аудиторией важен, потому что диалогичность – это фундаментальное качество публицистической речи. Диалогичность довольно новая черта публицистического текста, потому что она развивалась только в постсоветском периоде. Она – один из субъектов, которые приводили к гибридизации жанров. (там же: 16.)

Кроме того, наблюдается также тенденция к интеллектуализации в русском языке, и эта тенденция развивается одновременно с тенденцией к демократизации. Для восприятия текста необходимо пользоваться специальным знанием, исследователи соединяют это с интеллектуализацией, благодаря которой чтение требует добавочных усилий для понимания. Ирония является общим способом косвенной оценки, и она тоже одно из средств интеллектуализации. Метафоризация – это ещё одно средство интеллектуализации. При помощи метафор журналист может дать оценку явлений и событий в обществе. (там же: 17.) Интеллектуализация может показать тоже положительный аспект русского языка, который ведёт к обогащению. Конечно, ирония и метафоры – это способы автора показать свои мнения,

но они тоже напоминают, что у языков много вариантов для разных слов. Может быть положительные процессы интеллектуализации – гладкость и современность языка.

Важной характеристикой современных СМИ является пафос или влияние на эмоции адресата, и усиление авторского начала. Иначе говоря, есть определённые образы, которые авторы используют, чтобы подчеркнуть своё присутствие в тексте, и заметна гипертрофированная функция воздействия. Очевидно, что рекламно-информационный стиль становится всё более весомым. Оценочный характер в СМИ тоже усилился в течение времени. Тон современных СМИ другой, чем раньше – он иронический, скептический, и даже насмешливый. Например, скептицизм хорошо виден в статьях и дискуссиях о климате. Феномен речевой агрессии – порождение газетно-журнального дискурса. (там же: 18-19.) По нашему мнению, это не сюрприз, что у СМИ более оценочный характер, чем раньше. СМИ не только объективные, если они принимают во внимание события общества, у них власть. СМИ могут выбрать вещи для описания, если они важные по мнению СМИ. СМИ мост между властью и народом. (Солганик 2011: 262.) Феномен речевой агрессии относится к теме оценочного характера, потому что он проявляет в негативном эмоционально-оценочном отношении. Из-за феномена может вызвать конфликты.

1.2 Оценочная лексика

Мы уже выше поговорили об оценочном характере языка СМИ, и как его характеристики развивались в течение времени. Сейчас, в данном разделе, мы будем исследовать глубже, какая – оценочная лексика и почему её использует в текстах СМИ. Оценочная лексика, коротко говоря, значит, что в лексике есть оценка чего-то, или особенность оценки – возможность «усиления или ослабления признака «хорошо» или признака «плохо»» (Оценочная лексика. Виды оценочной лексики, [www](#)). Конечно, мы можем продолжать о том, почему она важна. В нашем исследовании, мы будем рассматривать статьи СМИ и искать какие оценочные характеристики там есть.

Мы уже отмечали некоторые способы, которыми журналисты и другие авторы могут дать свои оценки чего-то. При помощи оценочной лексики можно сделать ту же самую вещь. Автор показывает свое мнение с лексикой, выбранной им. В книге Петровой «Язык современных СМИ. Средства речевой агрессии» есть примеры этого. Вот один пример из книги – когда в газетной речи хотят показывать негативное отношение к кому- или чему-нибудь, можно использовать слова типа «неудачно», «вопиющий» или «халатность», а не

только «плохой». Авторы книги проанализируют, что все способы разнородные – есть слова от нейтрального стиля до откровенно грубого стиля. По нашему мнению, самая важная вещь книги – наблюдение, что оценочная лексика не всегда одинаковая, а есть разные тоны или стили использования её. (Петрова, Рацибурская 2014: 34-35.)

Когда автор думает, какую оценку он хочет дать, надо, принимать во внимание, не только лексику, которую будут использовать в оценке. Для автора важно принять во внимание убедительную аргументацию оценки, а также какие меры у данной оценки – какая интенсивность у неё. Если автор безразличен к данным требованиям, текст станет агрессивным, хотя это не было бы стремлением автора. (там же: 34.)

Оценки могут вызвать разные типы эффектов. Например, положительная оценка может вызвать эффект хвалы или лести, а отрицательная оценка, напротив, может вызвать другой эффект – предвзятости или враждебности. (там же: 35.) Данная мысль интересна, потому что язык такой многомерный, и с его помощью можно показать разные тоны и эмоции тоже. В книге показывает на примерах, как мнение автора подается до знания, и иногда это как конечный приговор (там же: 36).

У оценочной лексики есть своя функция в текстах СМИ – она иллюстрирует разговорную и просторечную речь. Данная функция связана с характеристиками СМИ, потому что газетно-публицистический стиль изменился. Однако, разговорная и просторечная речь нередко входит в тексты социальной, даже криминальной тематики. Тогда такое использование в первую очередь – негативное. (там же: 37.) Мы думаем, что оценка негативная нужна, чтобы люди не стали преступниками.

Сниженная лексика тоже одна из частей или типов оценочной лексики. Эта проявляется больше всего в текстах шоу-бизнеса и искусства. Сниженная лексика придаёт экспрессивность – например, оценочность, тексту. Интересный факт, - современная газетная речь более экспрессивна, чем в доперестроечном периоде. Конечно, факт не так неожиданный, потому что стиль языка СМИ развивался так много. (там же: 38-39.) В книге напоминает, что нельзя оценивать сниженную лексику в СМИ только с одной стороны. Цель – отделить тексты СМИ от художественной литературы. С другой стороны такой стиль может влиять плохо на языковой вкус потребителей СМИ, когда тексты слишком экспрессивные. (там же: 42.)

О. Семина написала в своей статье, что невозможно учить языки без влияния средств массовой информации. «Оценка является одной из универсалий языка», пишет она в статье, и большинство из оценок базируется на сравнении между «хорошо» и «плохо». Оценочный аспект есть в каждом языковом уровне. Иногда в оценочном тексте использует

фразеологические единицы, потому что они могут помогать вызывать желаемое отношение. (Семина 2017, [www](#)). Морфологические компоненты тоже могут дать слову оценочную заряженность, и иногда у аффикса есть оценочность, хотя аффикс сам по себе нейтральный. Семина пишет, как использованная в медиа терминология формирует стереотипы адресата. (там же, [www](#).) Точка зрения Семиной представляется нам убедительной, потому что адресаты часто формируют свои мнения на основании текстов СМИ.

Пишкова и Мамедова в своей статье выражают одинаковое мнение с Семиной об оценках. Они думают, что оценка – это существенная часть деятельности человека. Человек формирует свое мнение о вещах, и это мнение может быть положительным или отрицательным. Конечно, ценности человека также влияют на его оценку, это базируется на культуре. Исследователи данного феномена делят слова на две группы: дескриптивные и оценочные, в зависимости от значения слова. Дескриптивные слова объективны, у них нет оценочности, а оценочные слова каждый раз дают свои оценки вещам. Авторы отмечают важную роль национальной языковой картины мира – у всех языков есть свои уникальные черты, которые создают свой оригинальный способ интерпретации мира, и они тоже влияют на оценочные единицы. (Пишкова, Мамедова 2015, [www](#).)

Есть тоже разные способы, которыми можно выделять оценки, не только отрицательные, но и положительные. Один из способов – разделение оценки на рациональную и эмоциональную, где первая базируется на признании норм, а вторая – на экспрессивной реакции субъекта оценки, т.е. вторая более субъективная. Третий из способов оценивания, и – это абсолютная или сравнительная оценка. У них разные интенсивности, например, сравнительная оценка сравнивает две внешних вещи, а в абсолютной оценке сравнение внутри. (там же, [www](#).) Такие классификации интересны и важны в исследовании, но для обычных потребителей СМИ они странные. Нам тоже кажется, что может быть классификаций уже слишком много.

Методы исследования

Вначале нам надо рассказать немного о нашей эмпирической части, чтобы мы могли сделать связь между нашей теоретической и эмпирической частью.

Методы могут быть одними из самых важных вещей в нашем исследовании. Мы выбрали дискурс-анализ для обработки материала, потому что невозможно обойти стороной контекст и дискурс. Вещи выглядят разным, в разных дискурсах. Дискурс – эта форма устной и письменной речи, которые используются больше всего в известном контексте. Дискурс – часть социокультурной традиции (Можейко, М. и др., 2019, [www](#)).

Что такое дискурсивный анализ, и как он отличается от других лингвистических методов анализа текста? Дискурс-анализ отвечает на вопрос, как используется язык. Тексты анализируют в отношении с окружающим миром. В. Е. Чернявская написала в своей работе «Дискурс власти и власть дискурса» о данной теме. Она использует пять уровней языкового анализа, которые вместе составляют единое целое дискурсивного анализа. Первым является – уровень коммуникативного акта или все разные коммуникативные функции текста. Второй – уровень текста или тема сообщения и как разные части текста создают вместе комбинацию, и текстовые смыслы. Третий – уровень глубинного макросемантического анализа текста или какие языковые структуры есть в тексте. Четвёртый – уровень экстралингвистического анализа, или какой дух времени есть в тексте. Пятый – уровень межтекстового анализа, который значит, что есть однородные типы текстов. (Чернявская В., 2006, 88-89).

Дискурс существует не только в языке, хотя мы рассматриваем дискурс в зеркале лингвистики. Дискурс всегда есть, например в политике. У разных политиков своя точка зрения или дискурс. М. Матыцина написала статья в 2017, что политический дискурс важный феномен для изучения сегодня (Матыцина 2017, [www](#)). Может быть это так, потому что дискурс влияет на мировоззрение.

Контраст между активностью и пассивностью

1.1 Определение материала исследования

Нам надо начинать с показа, как мы начали наш анализ. Мы уже рассказали немного о наших материалах во введении нашей работы. Мы сами выбирали тексты СМИ в Интернете из разных сайтов, потому что количество текстов, которые были опубликованы в СМИ очень большое. Потом из всех, найденных текстов, мы приняли решение и взяли только самые интересные, и не слишком старые – самая старая из них была опубликована в 2017 году и самая новая, вместо, в 2019 году. Мы не могли использовать все статьи, которые мы нашли, потому что нас интересует больше всего ситуация в России, не ситуация других стран. Это явление международное, и поэтому мы нашли многие статьи тоже из разных стран. Мы хотели найти шесть статей СМИ, чтобы нам можно было легко сделать выводы, активна или пассивна молодёжь в политике, и чтобы количество статей об активности и пассивности – в равновесии. Но, мы нашли только пять статей, которые соответствовали нашим требованиям – две статьи о пассивности и три статьи об активности молодёжи. Нам кажется, что трудно найти хорошие статьи для анализа, которые не слишком длинные или короткие, или в них есть голос молодых людей, или они не устаревшие или в них говорится о ситуации в России, и поэтому у нас было много проблем с поиском. Другая проблема была, что в статьях не было возраста молодых людей, возраст молодёжи можно понимать по-разному.

Мы ещё уменьшали количество статей, потому что мы нашли интересный контраст между двумя статьями, которые называются «Создание условий для самореализации молодежи обсудили на Московском финансовом форуме» и «Молодые люди должны участвовать в политике, но не в качестве политиков». Первая статья отражает положительную оценку, а вторая, напротив, отрицательную оценку. Оценочная лексика – постоянная тема в нашей работе, и дальше мы будем анализировать какая оценочная лексика, положительная или отрицательная, есть в данных текстах.

1.2 Положительная оценка в тексте «Создание условий для самореализации молодежи обсудили на Московском финансовом форуме»

В начале нужно отметить, что статья не устаревшая, потому что следующий Московский финансовый форум будет организован третьего сентября этого года, 2020 (Niejournal, [www](#)). Последний Московский финансовый форум был от двенадцатого до тринадцатого сентября в 2019 году. Статья была опубликована на сайте «Росмолодежь». Росмолодежь – это федеральное агентство, и его самая важная задача – состоит в обеспечении возможностей для самореализации молодежи (Росмолодежь, [www](#)). Мы не знаем, кто написал эту статью, потому что на сайте не указано автора. Однако, день публикации есть, и это 13 сентября 2019 года.

В начале статьи говорится о планерной сессии на форуме, где эксперты из разных отраслей участвовали в дискуссии, и уже в начале текста активность молодежи желанная вещь. Участники считают молодежь главным ресурсом, и название планерной сессии «Молодежь как главный ресурс достижения национальных целей» тоже повторяет эту мысль.

Светлана Гашкина, директор Департамента бюджетной политики в отраслях социальной сферы и науки Министерства финансов Российской Федерации, подчеркивает, как государство хочет поддерживать её. Автор статьи даёт объяснение, что у Российской Федерации есть план – дать молодым людям *максимальное количество возможностей для самореализации*. Такая мысль очень интересна, потому что влияет на то, как государство хочет видеть молодых людей активными в своей самореализации. Конечно, внимание к молодежной политике и её финансирование – это важная вещь, и поэтому молодые люди, может быть, станут более активными, потому что они чувствуют, что их мнения существенные и заслуживающие внимания. С другой стороны, слова Гашкиной могут показаться идеальными, но такой комментарий подтверждает, что дискурс об активности молодежи – это хорошая вещь.

Автор статьи снова принимает участие в дискуссии в тексте. Он напишет, как инициативы молодежи позволяют многие вещи, например благодаря инициативам легче принять *эффективные решения* и достигать результатов, которые запланировали *быстрее и качественнее*, чем раньше. Кажется, что автор пытается показать читателям, чего станет больше, когда люди станут более активными. Может быть таким образом молодые люди могут понять какой шанс у них есть менять общество.

В конце текста заместитель генерального директора АНО «Россия – страна возможностей» Алексей Каспржак из описания молодежи – по его мнению, *молодежь* –

эмоция. Конечно, он также проясняет свою мысль – вещи, которые создают для молодёжи, нужно сделать понятными для формата, который она использует. Мы считаем, что данная часть текста показывает, как молодёжь отличается от других групп граждан. Участие молодёжи в политике тоже иное, по сравнению с участием других поколений.

Один очень заслуживающий внимания факт – в статье присутствует значительное количество оценочной лексики. В тексте есть красивые слова или похвала, когда автор или участники планерной сессии говорят о молодых людях, например, *достижения, движущая сила, перспективный элемент, динамичность, активность, мобильность, обучаемость, настоящее, партнер, работе «на равных»*. Кроме того, в названии сессии есть слово *главный*, или *эффективный*, а слово *активный* повторяется в тексте несколько раз, примерно два раза. Слово *огромное* тоже упоминается в тексте, где эксперты говорят о финансировании молодёжной политики. Все эти слова несут положительную коннотацию и тем самым создают положительный образ активной молодёжи.

Когда Артем Метелев, председатель совета Ассоциации волонтерских центров, говорит, он рассказывает о достижениях, которые сделаны в молодёжной политике. Он начинает словами «Молодежь становится все более активной». После этого Метелев рассказывает, что это значит – например количество добровольцев возросло. Нас интересует, что Метелев подчёркивает, что молодые люди часть нашей страны и как почти 14% населения участвуют в волонтерской деятельности. Метелев говорит об активности молодёжи с энтузиазмом, и даже с гордостью за то, что у России есть такая активная молодёжь. В статье молодёжь получает положительную оценку, потому что она делает полезные вещи, которые приносит пользу не только самой молодёжи. Однако, волонтерская работа не значит, что молодые люди хотят участвовать в политике такими средствами как голосование, но они активные, не только в своей жизни.

Автор вместо характеризует молодых людей как *движущую силу*. У Светланой Гашкиной похожая идея, но она считает, что молодёжь *перспективный элемент*. Автор и Светлана Гашкина говорят о человеческом капитале, и что у молодых людей главный роль. Светлана Гашкина аргументирует свою идею, что у молодых людей хорошие черты, *активность, мобильность, обучаемость* и *динамичность*, и поэтому они важные и особые.

Александр Бугаев, руководитель Федерального агентства по делам молодёжи, тоже хвалит активности молодёжи как Метелев, автор статьи и Гашкина – например он считает молодёжь – *настоящее России*. Обычно, дети и молодёжь связывают с будущим, не только в России, но тоже в других странах, и поэтому описание Бугаева очень интересное. Молодёжь тоже сама считает себя силой будущей, что они могут влиять на мир. Одновременно, Бугаев

не говорит, что молодёжь активна, но он подчёркивает место государства в поддержке молодёжи. Алексей Каспржак немного разделяет ту же самую мысль с Бугаевым. Каспржак говорит, как нужно работать с молодёжью *на равных*. Автор статьи показывает то, с чем все участники дискуссии в планерной сессии согласны – молодые люди *партнёры* в политике. В дискуссии оказалось, что значит партнёрство с молодыми людьми, что мысли и взгляды молодёжи важные и поэтому они – важная часть в принятии решения. Если политика без молодых людей, это труднее или даже невозможно достигать высоких целей, развития страны.

Исходя из комментариев участников дискуссии можно сделать некоторые выводы. Образ молодёжи интересный – молодые люди уже активные в политике, и они могут принимать эффективные решения, если они участвуют в политике. Одновременно, государство даёт возможность для молодых людей, чтобы они могли больше самореализоваться. По статье, молодёжь – центральный субъект в политике, который нужен, чтобы политика работала эффективно. Инициативы молодёжи – важный элемент в эффективности.

1.3 Отрицательная оценка в тексте «Молодые люди должны участвовать в политике, но не в качестве политиков»

Статья была опубликована на сайте «Ведомости» 10 июля 2017 года. Автор статьи – Елена Мухаметшина. Нам нужно, конечно, принять во внимание, что статья не новая, а опубликована уже более, чем два года назад. Однако, статья актуальна, потому что в статье говорится, какое мнение у россиян есть об участии молодёжи в политике.

В статье показывается как молодых людей нужно привлекать к участию в политике, в ситуации, когда – молодёжь не интересуется политикой. В начале текста Елена Мухаметшина показывает мнения россиян о пассивности молодёжи с помощью графика ВЦИОМ. Многие жители Российской Федерации, даже девять из 10 россиян, думают, что участие молодёжи в политике, и шире в общественной жизни важная вещь, которая нужна. Молодые люди сами не считают так, потому что 14% – *реже всех* – молодые людей от 25 до 34 лет не поддерживают активности молодёжи в политике. Автор статьи отмечает, что по сравнению с 2007 годом цифры другие –, тогда 75% согласились с тем, что нужны активные молодые люди в политике, но в 2017 году тот же самый показатель был только 53%. Дальше

в тексте перечисляется, в каких конкретных видах политической деятельности молодым людям нужно участвовать. Самые популярные, по мнению россиян, голосование на выборах, дискуссия о политике приватно, например с друзьями, и участие «в связанных с политикой общественных организациях». Уже в заголовке графика говорится о пассивности молодёжи с экспрессивными словами «Молодым не везде у нас дорога».

В тексте тоже рассматривается мнение гендиректора ВЦИОМа Валерия Федорова. Он считает, что молодые люди должны думать *о судьбе России, а не только о себе*. Участие в политике желанная вещь, но Валерий Федоров тоже описывает плохие последствия, что будет, если молодые люди не будут думать о государстве. Данные последствия – стандартные, например использование наркотиков.

Одновременно, много раз делается сравнение мнений старшего поколения и молодых людей. Молодёжь не хочет участвовать в политике, но люди старшего поколения считают участие молодёжи важным. Нам кажется, что данное сравнение – это один способ охарактеризовать пассивность молодых людей. Федоров отмечает, что люди старшего поколения, которые хотят видеть политическую активность молодёжи, тоже «поддерживают КПРФ и Путина, помнят СССР и комсомол» – раньше власть целенаправленно делал молодых людей активными в общественной жизни.

Интересно, что в статье много раз повторяется какое значение у активности молодёжи в политике и что это – хорошая вещь. Но в тексте тоже есть многие примеры оценочной лексики. Пассивность молодёжи описывается словами *«политика – не главная зона их внимания»*, *«что есть»*, *«стандартная схема»*, *протесты*, *апатичная молодёжь*, *социально одобряемый ответ*, *реже всех*, *не везде*, *должна*, *тема молодёжи*, *украстить кампанию*, и *желание*. Все эти фразы и слова в определённом контексте несут отрицательную коннотацию и тем самым создают отрицательный образ пассивной молодёжи.

Гендиректор ВЦИОМа Валерий Федоров говорит не только о *стандартной схеме* или плохих последствиях, но и тоже, что надо удовлетвориться о чём есть в активности молодёжи. В тексте существует такую мысль – нужно переходить из «что должно» до «что есть». Конечно, данная мысль не значит, что активность молодёжи не нужна, но низкая активность лучше, чем пассивность. Федоров отмечает это как факт, который невозможно менять, молодые люди только пассивные в России, потому что *«политика – не главная зона их внимания»*. Федоров скажет это прямо, хотя он два раза повторяет важность политической активности молодёжи. От слов Федорова получает интересный образ молодых людей – они пассивные, но хорошо, если они иногда хотят участвовать в политике. Если молодые люди

будут участвовать в политике, они должны сделать это *без нарушения общественного порядка*. Пассивность можно считать нормой, потому что она не вызывает на нарушения.

Политтехнолог Олег Матвейчев отмечает, что сегодня есть *вопрос обновления*, который значит, что нужно превращать пассивных молодых людей активных, нужны новые лица в политике. Матвейчев добавляет к словам Федорова, что в 1990-е годы молодые люди пришли в политику, и поэтому можно считать, что снова нужна молодёжь в политике, таким образом, ситуация не новая. Однако, молодые политики не хотят в политику, потому что возраст – не самая важная вещь в участии. Перед участием у молодых людей должно быть хорошее образование и знания, почему выборы нужны и какое место у них в обществе. Обучение – *задача власти*. Если власть не хочет учить молодых людей, причина пассивности молодёжи – власть сама. Автор статьи отмечает, что молодёжь – *апатичная*, и никто не хочет апатичных политиков, или избирателей, которые ничего не знают о политике, когда они приходят на участки. Молодёжь видится, пассивной, даже глупой, если у неё нет обучения, или интереса к политике после обучения власти.

Михаил Виноградов, политолог, отмечает, что участие в политике не предполагает «участие в борьбе за власть». Молодые люди считают борьбу за власть негативной вещью. Данная мысль может объяснить пассивность молодых людей, потому что политики часто борются за голоса. Одновременно, у государства есть *желание* для активности молодёжи, и Виноградов показывает, что может быть новая кампания может сделать молодых людей активными. Пассивность в политике не норма для Виноградова – политическая активность молодёжи нужна, и пассивные молодые люди только – объект политики.

Конечно, есть тоже проблема с социально одобряемым ответом. Матвейчев считает, что нужно менять способы изучения общественного мнения, потому что люди могут лгать. Проблема не только с молодыми людьми, но поскольку они не хотят участвовать в политике, они могут лгать на опросах. Социально одобряемый ответ тоже показывает политическую пассивность молодёжи, потому что, в первую очередь, для молодых людей легко высказывать такие мнения, которые другие люди ждут.

Можно сделать некоторые выводы из мнения разных специалистов текста. Молодёжь должна стать активной в политике, но тем не менее молодёжь не интересуется политикой и её интерес к политике – низкий, и они видят борьбу за власть как вещь негативную. Однако, низкая активность молодёжи даже хорошая вещь, потому что как Федоров отметил, что нужно концентрироваться на том, что есть. Тема молодых людей не – новая, она была уже видимая в 1990-е годы. Молодёжь это – больше всего объект политики.

Выводы

В тексте «Создание условий для самореализации молодежи обсудили на Московском финансовом форуме» создаётся другой образ активности молодёжи, по сравнению с текстом «Молодые люди должны участвовать в политике, но не в качестве политиков». Конечно, в текстах тоже представлена разная оценка – в первом молодых людей считают активными в политике, а во втором молодые люди – пассивные. Однако, одна вещь похожа в обоих текстах – активность молодых людей считается хорошим явлением. Активность показана в оценочной лексике текстов так, что активность в политике – идеал. Общий дискурс тогда, что активные молодые люди важные в общественной жизни, потому что они могут влиять на принятие решений, и с ним можно принимать более эффективные решения. Молодые люди должны знать почему выборы – нужны, и они должны голосовать. Одновременно, есть молодые люди, которых не интересует политика, но есть тоже молодые люди, которые хотят участвовать в политике.

В обоих текстах была мысль о поддержке государства, но разными словами, то есть в статьях не только контраст. В статье «Росмолодежи» описывалось, что нужно создать возможности для самореализации, нужно работать с молодёжью как партнеры. В статье «Ведомостей» говорится о задаче власти – обучении молодёжи. В текстах тоже есть обоснование, что молодёжь должна думать о судьбе страны – но в статье «Росмолодежи» обоснование не высказано так прямо: например, активность молодёжи в волонтерской деятельности – хорошая вещь. Нам кажется неожиданным, что поддержка государства была такой центральной вещью.

Наша гипотеза – не подтвердилась, потому что проанализированный нами материал показывает, что молодёжь довольно активна в политике. Однако, ситуация другая в тексте «Ведомостей», но через два года после того, как статья «Росмолодежи» была опубликована, активность молодёжи уже больше, потому что молодёжь – становится все более активной.

Заключение

Нас интересует политическая активность молодёжи, и поэтому мы хотели исследовать, какие черты активности или пассивности молодых людей есть в текстах СМИ. Цель нашей работы – найти какими словами и языковыми средствами активность или пассивность молодёжи описывается и какой образ молодёжи создаётся при помощи данных средств. Мы хотели использовать большое количество статей по нашему исследованию, но благодаря найденному интересному контрасту, мы анализировали только две из статей, которые мы нашли. В текстах был контраст, но они тоже показывали, какой образ молодёжи есть в текстах СМИ.

Язык СМИ очень многосторонний, и у него большая роль в обществе, например он может влиять на мнения людей. Стиль СМИ изменялся много раз в течение времени. В теоретической части нашей работы мы рассматриваем больше, какие стили или тенденции использовались раньше в текстах СМИ. Однако, у современного медийного дискурса – есть оценочная характеристика, которая связана с оценочной лексикой.

Оценочная лексика была постоянной темой в нашей работе из-за этого, что она может показать, какими словами говорят о молодёжи и её активности или пассивности. Вообще, оценочная лексика иллюстрирует разговорную и просторечную речь. И оценочный аспект – встречается на всех языковых уровнях. Оценка тоже – существенная часть деятельности человека. Мы написали больше о характеристиках оценочной лексики выше, в теоретической части.

Оценочная лексика играет важную роль и в теоретической, и эмпирической части. Выше мы уже отметили, какое место у оценочной лексики в текстах СМИ, и шире в обществе. В анализе мы нашли многие слова, которыми авторы текстов дали положительную или отрицательную оценку молодёжи. Первая статья показывала положительную оценку молодых людей, а вторая – отрицательную оценку. В статьях был дискурс об активности, так как это важная вещь для принятия решения.

Анализ показывает, что молодёжь – активна в политике. Конечно, есть молодые люди, которые не хотят участвовать в политике, но пассивность молодёжи – не общий дискурс. Тема задачи общества тоже видна в статьях. В наших выводах мы сообщаем, что наша гипотеза не подтвердилась.

Тема ещё не получила достаточного рассмотрения, а она всегда актуальна, и поэтому можно и нужно сделать больше исследований по этому вопросу.

Список литературы

Печатные материалы:

Петрова, Н. Е., Рацибурская, Л. В. 2014. *Язык современных СМИ. Средства речевой агрессии*. Учебное пособие. Изд. 3-е. Москва: Флинта, Наука. с. 4-52.

Солганик, Г. Я. 2012. *Язык СМИ и политика*. Москва: Издательство Московского университета, Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. с. 3-29, 262.

Чернявская, В. Е. 2006. *Дискурс власти и власть дискурса. Проблемы речевого воздействия*. Учебное пособие. Москва: Флинта, Наука. с. 68-93.

Материалы, опубликованные в Интернете:

Niejournal. *Московский финансовый форум 2020*.

<<https://niejournal.ru/%D1%81%D0%BE%D0%B1%D1%8B%D1%82%D0%B8%D0%B5/forum-ffinancial/>>

[Просмотрен 22.1.2020]

Бакунцев, А. В., Федотов, М. А. *Средства массовой информации (СМИ)*.

<<https://bigenc.ru/text/5038369>>

[Просмотрен 11.2.2020]

Матыцина, М. С. 2017. *Исследование политического дискурса в Российской и Европейской лингвистике: актуальные направления*.

<<https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-politicheskogo-diskursa-v-rossiyskoy-i-evropeyskoy-lingvistike-aktualnye-napravleniya/viewer>>

[Просмотрен 20.10.2019]

Можейко, М. А., Гутнер, Г. Б., Огурцов, А. П., Керимов, Т. Х. 2019. *Дискурс*.

<<https://gtmarket.ru/concepts/6987>>

[Просмотрен 20.10.2019]

Studbooks.net. Студенческая библиотека онлайн. *Оценочная лексика. Виды оценочной лексики*.

<https://studbooks.net/922628/literatura/otsenchnaya_leksika_vidy_otsechnoy_leksiki>

[Просмотрен 11.2.2020]

Пишкова, Е. Ю, Мамедова, А. З. 2015. *Использование адъективно-оценочной лексики в языке СМИ*.

<<https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-adektivno-otsenchnoy-leksiki-v-yazyke-smi/viewer>>

[Просмотрен 5.11.2019]

Росмолодежь. *Об агентстве*. <<https://fadm.gov.ru/agency/about>>
[Просмотрен 22.1.2020]

Семина, О. Ю. 2017. *Оценочная лексика в материалах СМИ как средство политического манипулирования*.
<<https://cyberleninka.ru/article/n/otsenchnaya-leksika-v-materialah-smi-kak-sredstvo-politicheskogo-manipulirovaniya/viewer>>
[Просмотрен 5.11.2019]

Источники материала:

В уральском полпредстве обсудили социальную и политическую активность молодежи. Медиа-менеджеры были откровенны. 2017.
<<https://www.nakanune.ru/news/2017/08/22/22480272/>>
[Просмотрен 6.1.2020]

Жакыпбекова, Ж. 2017. *«Я хочу принимать участие в политической жизни страны, но...»: Почему молодежи не интересна политика*.
<<https://knews.kg/2017/10/16/ya-hochu-prinimat-uchastie-v-politicheskoy-zhizni-strany-no-pochemu-molodezhi-ne-interesna-politika-2/>>
[Просмотрен 20.10.2019]

Кожевникова, А. 2018. *Молодёжь «добавили» в политику*.
<<https://www.newsko.ru/articles/nk-4545250.html>>
[Просмотрен 6.1.2020]

Кузнецова, Е. 2017. *Социологи рассказали о низком интересе молодежи в соцсетях к политике*.
<<https://www.rbc.ru/politics/02/06/2017/59304aea9a79474ab825cecb>>
[Просмотрен 6.1.2020]

Мухаметшина, Е. 2017. *Молодые люди должны участвовать в политике, но не в качестве политиков*.
<<https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2017/07/11/718579-molodie-lyudi-ne-politikov>>
[Просмотрен 20.10.2019]

Росмолодежь. *Создание условий для самореализации молодежи обсудили на Московском финансовом форуме*. 2019. <<https://fadm.gov.ru/news/50415>>
[Просмотрен 20.10.2019]