

Секция «Личность и группа: пространство влияния и взаимодействия»

**Языковая составляющая новостей в восприятии событий.**

**Научный руководитель – Вартанов Александр Валентинович**

***Мирова Софья Евгеньевна***

*Студент (специалист)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет  
психологии, Кафедра психофизиологии, Москва, Россия

*E-mail: augustmirova@mail.ru*

Новости являются неотъемлемой частью жизни человека: они дают нам знания о мире и ориентацию в нём, влияют на наше суждение о конкретных вещах, помогают снизить чувство неопределённости и создать впечатление о мире. Новости обсуждаются как обычными людьми, так и политиками, поэтому нельзя недооценивать их влияние на массы [1].

После начала ситуации с коронавирусом, у людей стало пропадать ощущение стабильности, что привело к возрастанию необходимости информации. Было показано, что люди, интересующиеся своим здоровьем склонны чаще использовать социальные медиа для того, чтобы узнать больше о заболеваниях [3]. Сейчас из-за новой болезни почти каждый стал искать симптомы нового недуга или полезную информацию о ситуации в мире. Новости однако являются сильнейшим инструментом влияния. Идеи об этом были выдвинуты ещё давно рядом исследователей [2].

На основе данных предпосылок было проведено исследование, в котором анализировались два типа новостных изданий. Методом контент анализа были выделены основные фигуры речи, которые используют основные ( государственные) СМИ и независимые. Также проведён анализ того, как данные обороты речи могут влиять на людей. Так было выявлено, что первый источник чаще использует глаголы настоящего и будущего времени, стараясь обратить внимание граждан на будущее. Государственные СМИ чаще используют глаголы в повелительном наклонении и глаголы в третьем лице множественного лица.

В независимых СМИ преобладают глаголы прошедшего времени, говоря больше о том, что сделано уже. То есть, независимый представитель СМИ говорит больше о конкретных фактах того, что было совершено к текущему моменту.

Также было проведено анкетирование, которое показало, что люди, читающие основные российские СМИ менее склонны испытывать волнение по поводу коронавируса, нежели те, кто читает независимые издания.

Значит, можно сделать вывод, что в главных российских СМИ чаще используются слова и обороты, смягчающие обстановку с пандемией.

Также, люди, читающие независимые СМИ больше подвержены волнениям и тревогам по поводу распространения инфекции.

**Источники и литература**

- 1) Shoemaker, P. J. (2006). News and newsworthiness: A commentary. Communications, 31, 105–111.
- 2) Tuchman G. Making News: A Study in the Contraction of Reality. N. Y.: Free Press, 1978.
- 3) White, M., Dorman, S.M., 2001. Receiving social support online: implications for health education. Health Educ. Res. 16 (6), 693-770