

ПРОБЛЕМА МОВНИХ МАНІПУЛЯЦІЙ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ: УКРАЇНСЬКИЙ ТА ПОЛЬСЬКИЙ ДОСВІД

У статті розкрито сутність проблеми мовних маніпуляцій у засобах масової інформації. Звертається увага на багатосмисловість сучасної мови, відмінність літературної мови та мови ЗМІ. Наголошується на важливості використання літературної мови у поданні журналістських матеріалів та дотримання Етичного кодексу українського журналіста.

Актуальність теми. Стрімка кількісна та аксіологічна зміна світового інформаційного простору в ХХІ ст. дозволяє говорити про утвердження нового типу укладу суспільства – інформаційного. Інформація є необхідністю життєдіяльності людини в інформаційному суспільстві. Важливим є також безпосередній вплив на буття сучасного світового соціуму. Використання засобів масової інформації для поширення повідомлень, що впливають на суспільну свідомість, є однією з основних проблем сучасності.

Тема використання мовних маніпуляцій у засобах масової інформації є актуальною в зв'язку із загостренням політичного та економічного становища у світі. Збільшення кількості засобів масової інформації та урізноманітнення способів подачі інформації цільовій аудиторії (від класичної друкованої преси до електронних ЗМІ), використання мовних маніпуляцій у контенті засобів масової інформації відіграють значну роль у розпалюванні міжетнічних, міжконфесійних та міжнародних конфліктів. Загострюється потреба країн, суспільств та особистостей у захисті від маніпулятивного впливу ЗМІ.

Метою статті є розкриття сутності проблеми мовних маніпуляцій у засобах масової інформації на прикладі українського та польського досвіду.

Ступінь розробленості теми. Значної уваги темі мовних маніпуляцій у ЗМІ та їх впливу на суспільну свідомість надавали зарубіжні (Р. Блакар, Д. Болінджер, Х. Вайнріх, М. Вижлаков, М. Володіна, А. Данілова, С. Кусьмієрський, А. Мансурова, Я. Пузиніна, Л. Салємгарєєва, А. Цітляк, Ю. Фаткабратова та інші) та вітчизняні науковці (Л. Короткова, П. Лісовський, Б. Мотузенко, А. Юричко, О. Холод, А. Щербина та інші).

Основна частина. Одним із засобів маніпулювання суспільною свідомістю засобами масової інформації є мовне маніпулювання. Важливу роль у цьому процесі відіграє інформаційна політика каналу подачі інформації.

Звернувшись до визначення поняття "мова", знаходимо такі тлумачення: "Мова – сукупність довільно відтворюваних загальноприйнятих у межах даного суспільства звукових знаків для об'єктивно існуючих явищ і понять, а також загальноприйнятих правил їх комбінування у процесі вираження думок" [7, с. 768]. Також: "Мова – система словесного вираження думок, яка має певну звукову і граматичну будову і яка є засобом спілкування в людському суспільстві" [5, с. 143]. На думку українського науковця А. Щербини, людство усвідомлює мову як одну з головних сфер своєї життєдіяльності, де значною мірою фіксується той обсяг культурних "сміслів", який соціум пропонує кожному індивіду [11, с. 22].

Звернемося до творчості відомого українського мовознавця, лексикографа, редактора ХХ століття І. Огієнка (митрополита Іларіона). Цікавим та актуальним і досі є його погляд на проблему мови та мови в засобах масової інформації. Він наголошував на її важливості у створенні та існуванні нації взагалі: "Мова – це серце народу, це жива душа його. <...> Гине мова – гине й історія, культура, церква як чинники окремішності народу, як чинники, що складають твою націю" [6, с. 107–108], "...літературна мова – то душа й серце народу, то основа його культури, то ті святі Ризи народу, за які його шанують та поважають!" [6, с. 424]. Продовжують думку про важливість розвитку мови і сучасні мовознавці. Так, науковець М. Зубков зазначає: "...мова – це і своєрідний оберіг звичаїв і традицій, запорука інтелектуального зростання, розвою та поступу народу в загальносвітовому житті. <...> Саме в системі національної мови заковано інтелект тієї чи іншої нації" [4, с. 11]. Науковець продовжує свою думку, що з утратою рідної мови руйнується сам спосіб світосприймання, національного мислення, що, зрештою, призводить до денационалізації [4, с. 15].

Номінативна функція мови (ще має назви денотативна, когнітивна, репрезентативна, референтна й інформативна) полягає в передаванні у процесі спілкування певної інформації про позамовну дійсність, у відображенні об'єктивної реальності, але спілкування не зводиться лише до передавання інформації. Усе пізнане людиною дістає від неї свою назву й тільки так існує у свідомості. Цей процес називається лінгвілізацією – "омовленням" світу [4, с. 31].

У кінці ХХ століття Р. Блакар наголосив на тому, що використання мови може впливати на емоційну атмосферу в суспільстві, яка створюється між учасниками акту комунікації, або на відсутність такої атмосфери взагалі [1, с. 114]. Д. Болінджер досліджує питання істини (правди) як властивості мови, яка дає можливість членам суспільства інформувати один одного. Також звертає увагу на поняття брехні як об'єкта докладання людської винахідливості. "Ми удосконалюємо брехню

за допомогою синтаксису. Ми винаходимо її в лексиці. Я підозрюю, що деякі види синтаксичної брехні знаходяться поза нашим контролем" [2, с. 34]. Учений висновує, що "...швидкість семантичних змін все прискорюється, а процес комунікації все більше і більше ускладнюється. Тут ми можемо говорити про корупцію мови, бо всі ці процеси є наслідком чітко продуманого та гарно фінансованого втручання" [2, с. 38].

На мовну картину світу безпосередній вплив має система соціальних цінностей, які є закріпленими в культурі певного суспільства. У зв'язку з різноманіттям мов у світі утворюються і різні картини світу у відповідних мовних суспільствах. Несхожість мовних картин світу може бути причиною непорозумінь та конфліктів між представниками різних мовних суспільств. Також негативу роль у процесі комунікації відіграють засоби масової інформації, формуючи певний негативний образ оточуючого світу або дійсності. Як зазначає польський дослідник М. Обрушик-Партика, медіа формують певний образ дійсності водночас із його інтерпретацією. Уживання означених мовних форм та ілюстративного матеріалу (фотографії, відео) регулює форму і зміст створюваного образу. Тому дійсність у медіа є тільки образом дійсності, а не справжньою дійсністю. <...> Картина, яку формують медіа, є своєрідною ілюзією дійсного світу, але розуміння цього має реципієнт, який знає мову і методи діяльності медіа, який упізнає механізми (персвазія, маніпуляція) конструювання образу дійсності в медіа незалежно від того, яким є медійний продукт – інформаційна програма чи реклама [14].

На проблему мовних маніпуляцій у ЗМІ звертають прискіпливу увагу науковці Республіки Польща. За визначенням Є. Бральчика, маніпуляція (за допомогою мови) – це дія, спрямована на переконання, і повинна вплинути на стан реципієнта, причому реципієнт не є рівноправним суб'єктом комунікації. Переконання і маніпуляція здійснюються саме таким способом, при цьому використовується тенденційна зміна назв, збільшення чи зменшення важливості подій, застосування нечітких, невизначених понять, відбір та упорядкування речень в інформації, виділення чи оминання окремих аргументів і коментарів тощо [14].

Ядвіга Пузиніна виокремлює кілька типів маніпуляцій: маніпуляцію історією, об'єктивними даними й джерелами (викривлення чи приховування інформації), маніпуляцію людьми (окремими особами чи групою) та маніпуляцію мовну. Науковець називає два варіанти мовної маніпуляції:

1. Маніпуляція мовою, чи неточність у називанні мовного коду, який виконує певну функцію. Стосується це укладачів словників, які неправильно показують перелік слів та їхнє значення.

2. Маніпуляція людьми за допомогою мови, яка – у ширшому розумінні – здійснюється за допомогою текстів, у вузькому – як вплив на

реципієнта за допомогою відповідного використання мовних засобів (особливості слів і граматичних форм) [14].

Український вчений О. Холод звертає увагу на той факт, що "нині є аксіомою твердження про те, що інструментарій маніпуляції впливає на споживачів інформації. Значення терміна "інструменти маніпуляції" ми розглядаємо в такому тлумаченні: система психолінгвістичних одиниць, яка спрямована на корекцію, управління, переорієнтацію споживачів масової інформації у напрямку, потрібному її замовнику або комунікатору, який транслює інформацію". Термін "маніпуляція" вживається у значенні негативного впливу на свідомість об'єкта з метою зміни поведінки на користь суб'єкта впливу [10].

Інтерпретація будь-якого тексту, тобто можливість вкладання різних смислів в однакову за змістом інформацію, – один із важливих способів маніпулювання свідомістю аудиторії ЗМІ. Погляд на проблему мовного маніпулювання у засобах масової інформації польського науковця А. Цітляка (Варшава): "Одним із найвідоміших і добре перевірених сьогодні емпіричних мовних способів контролю є маніпуляція особи, що виступає по радіо чи телебаченню якомога абстрактно (неконкретно). Суб'єкт промови може свідомо чи й несвідомо впливати на дійсність завдяки завуальовуванню уваги і свідомості слухача на рівень, абстрактійно вищий або нижчий. Ідеться передусім про абстрактійну маніпуляцію описування дій цієї особи з урахуванням її поведінки, яка в житті є більш або менш сталою" [12, с. 288].

Стереотипізація (клішованість) є одним із методів маніпуляції у ЗМІ. А. Цітляк (Варшава): "...мова стереотипу проявляється дуже зрозуміло – ми отримуємо ряд формальних характеристик, які можуть бути досить легко виявлені за допомогою простих мовних засобів, таких, як згадані моделі, категорії, показники лінгвістики (наприклад, догматизм), схильність до оцінки навколишнього середовища за допомогою форм прикметників із відмінниковими формами, що позначають мораль проти операційної ефективності. Це, однак, тонкі стратегії, які ми зазвичай не ідентифікуємо в повсякденному житті і які мають надзвичайно великий вплив на процес комунікації та побудови образу світу. Знання цих механізмів може, зрештою, бути корисним у регулюванні їхнього впливу, а також у збереженні себе від навмисної маніпуляції нашими переконаннями" [12, с. 290]. Також звертають увагу на метод стереотипізації й українські науковці: О. Тараненко зазначає, що ЗМК (засоби масової комунікації. – Л. 3.) постають як міфологізатори масової свідомості, що заговорюють комуніканта сталим набором словесних чи зображальних кліше, перевертають смиси, грають ними без реального прояснення конфліктної ситуації [9, с. 136].

У ЗМІ важливе значення для маніпулювання має техніка повторення. "Вона, – зазначає польський науковець С. Кусьмієрський, – виносить свій родовід із психотехнічного знання й загальних правил організації суспільства. Повторення є необхідною умовою у масовому переказі подій, це особлива категорія для людей, які слухають телевізійні й радіопрограми в різний час. <...> У сприйнятті людей відомості, повторювані кількаразово, починають набирати статусу достовірності, навіть ті, які на початку отримання певної інформації піддавалися сумніву. Психологи довели, що, по-перше, сигнали, які часто подаються, мають завжди більше шансів бути засвоєними, і, по-друге, інформація, подавана з певною частотою в пізнаваній структурі людини, починає функціонувати як щось правдиве, витісняючи існуючу організацію знання й оціночних суджень. <...> Техніка повторювань у маніпуляції <...> належить, – пише польський учений, – до найбільш цинічних" [13, с. 179].

Польські та українські вчені висловлюють своє ставлення до мови подання інформації. "Дуже важливою у маніпуляції є мова подання факту. Одні сприймають цей факт тією мовою, якою звикли послуговуватися щоденно. Нині схильні до вираження в спеціалізованій мові відповідно до професії тощо. Як зазначають польські вчені В. Травінська і С. Кузьмерський, попри різні мовні варіації, вони мають успіх в переказі інформаційного матеріалу тоді, коли все-таки максимально наближені до мови народу, серед якого живе людина [15, с. 142].

І. Огієнко в роботі "Преса й рідна мова", яка була надрукована у щомісячнику "Рідна мова", заснованому у Варшаві 1933 року [6, с. 5], зазначає про важливість використання літературної мови: "Кожне видання, якого б фаху не було воно, мусить видаватися тільки зразковою соборною літературною мовою й соборним правописом" [6, с. 54]. Погляди на проблему використання літературної мови підтримує науковець М. Зубков: "Літературна мова є мовою художньої літератури, освіти, науки, державних установ, засобів масової інформації, театру, кіно тощо" [4, с. 11]. "Суржик" нівелює національно-мовну свідомість. <...> "Спотворена ж мова робить мислення людини примітивним" [4, с. 14]. Можемо зробити висновок про полярність поглядів на використання літературної мови та "мови народу" у подачі журналістських матеріалів засобами масової інформації представниками різних наукових кіл.

Висновки. Отже, мова "опинилася перед фактом істотного звуження суспільно-комунікативних функцій" [8, с. 3]. Комплексне використання всіх або деяких лексичних засобів має за мету впливати на систему цінностей цільової аудиторії. Мовне маніпулювання за допомогою засобів масової інформації – це приховане спрямування думок та дій цільової аудиторії у необхідний для маніпулятора напрямок. При цьому у цільової аудиторії повинна виникнути думка про самостійне рішення вчинити так і

не інакше. Уведення у вжиток нових значень слова є основою мовного маніпулювання, а також повторення мовних образів, яке укріплює асоціативний ряд та формує нові смисли у свідомості цільової аудиторії.

Дотримання Етичного кодексу українських журналістів (зокрема для українських спеціалістів медійного простору) [3], використання літературної мови з дотриманням законів мови журналістами у ЗМІ, дотримання основних положень державної інформаційної політики країни – шляхи мінімізації мовних маніпуляцій у засобах масової інформації.

Перспективи подальших досліджень: визначення типології ЗМІ як чинників маніпулятивного впливу на суспільну свідомість.

Список використаних джерел та літератури

1. Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти (теоретико-эмпирические исследования языка и его использования в социальном контексте) / Р. М. Блакар // Язык и моделирование социального взаимодействия : Переводы.— М. : Прогресс, 1987.— С. 88–125.
2. Болинджер Д. Истина – проблема лингвистическая / Д. Болинджер // Язык и моделирование социального взаимодействия : Переводы.— М. : Прогресс, 1987.— С. 23–44.
3. Етичний кодекс українського журналіста // Національна спілка журналістів України [сайт].— 2002–2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nsju.org/page/203>.
4. Зубков М. Г. Українська мова : Універсальний довідник.— 6-те вид., доп.— Харків : ВД "Школа", 2009.— 512 с.
5. Короткий тлумачний словник української мови / уклад. : Д. Г. Гринчишин, Л. Л. Гумецька, В. Л. Карпова та інші ; відп. ред. Л. Л. Гумецька.— К. : Рад. школа, 1978.— 296 с.
6. Огієнко І. (митрополит Іларіон) Рідна мова / Іван Огієнко (митрополит Іларіон).— К. : Наша культура і наука, 2010.— 436 с.
7. Словник української мови : в 11 т. / Акад. наук Української РСР, Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні ; ред. кол. : І. К. Білодід (голова) та ін.— К. : Наукова думка.— Т. 4.— 1973.— 840 с.
8. Сучасна українська літературна мова : підручник / А. П. Грищенко, Л. І. Мацько, М. Я. Плющ та ін. ; за ред. А. П. Грищенка.— К. : Вища шк., 2002.— 439 с.
9. Тараненко О. Використання міфологізації у смисловій війні 2014–2015 років / Олена Тараненко // Модернізація соціогуманітарного простору : історичний досвід, виклики та перспективи : збірка матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю, 14–15 травня 2015 р.— Житомир–Вінниця, 2015.— С. 135–138.
10. Холод О. Маніпуляція суспільством: мутація й інмутація як концепції соціально-комунікаційних технологій / Олександр Холод // Освіта регіону.— 2010.— № 2.— С. 108. [Електронний ресурс].— Режим доступу до журн. : <http://social-science.com.ua/article/239>.
11. Щербина А. Соціокультурна регуляція у технологіях масової комунікації : монографія / Анатолій Щербина.— К. : Академвидав, 2013.— 200 с.

12. Citlak A. Język a kontrola myślenia – kilka uwag o psychologicznych uprzedzeniach i nietolerancji / Amadeusz Citlak // Толерантність як соціогуманітарна проблема сучасності : Міжнародна науково-практична конференція, 1–2 жовт. 2015 р. / редкол. П. Ю. Саух та ін.— Житомир : Вид. Євенок О. О., 2015.— с. 287–291.
13. Kuśmierski S. Strategie i techniki propagandowe // Teoria i praktyka propagandy : Praca zbiorowa pod redakcją A. Kosseskiego i S. Kuśmierskiego.— Warszawa : Książka i Wiedza, 1985.— S. 179–183.
14. Obruszkik-Partyka M. Perswazja i manipulacja w środkach masowego przekazu, a kształtowanie systemu wartości ucznia / M. Obruszkik-Partyka // Stowarzyszenie Nauczycieli Polonistów. Oddział w Świnoujściu [Електронний ресурс].— Режим доступу : <http://snap.krzysiu.firehost.pl/publikacje/pubw/55-drmobruszkik-partyka-perswazja-i-manipulacja-w-rodkach-masowego-przekazu-a-ksztatowanie-syste>.
15. Trawińska W. Język propagandowy jako nośnik informacji i wartości ideowych / W. Trawińska, S. Kuśmierski // Teoria i praktyka propagandy : Praca zbiorowa pod redakcją A. Kosseskiego i S. Kuśmierskiego.— Warszawa : Książka i Wiedza, 1985.

Lesia Zajko. Problem manipulacji językowych w środkach masowego przekazu: doświadczenie ukraińskie i polskie.

W artykule przedstawiono sens zagadnienia manipulacji językowych w środkach masowego przekazu. Uwagę zwrócono na wieloznaczność współczesnego języka, różnice między językiem literackim i językiem środków masowego przekazu. Akcent zrobiono na ważności wykorzystania języka literackiego w przedstawieniu materiałów dziennikarskich oraz na trzymaniu się reguł Kodeksu Etycznego Dziennikarza Ukraińskiego.

Lesia Zaiko. Language Manipulations Problems in Mass Media: Ukrainian and Polish Experience.

The article shows the essence of language manipulations problems in mass media. The attention is paid to the polysemy of modern language, the difference between the literary language and the language of mass media. In this article the importance of literary language usage in journalists' materials presentations and adherence to the Ethical Code of the Ukrainian Journalist is underlined.