

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-383-5-41>

MANIPULATION AS A COMPONENT OF MASS COMMUNICATION

МАНІПУЛЯЦІЯ ЯК СКЛАДОВА МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Paraskun I. L.

*Teacher of Ukrainian Philology
Municipal Professional Pre-Higher
Educational Institution "Novyi Buh
Professional Pedagogical College" of
Mykolaiv regional council
Novyi Buh, Mykolaiv region, Ukraine*

Параскун І. Л.

*викладач української філології
КЗФПО «Новобузький фаховий
педагогічний коледж» Миколаївської
обласної ради
м. Новий Буг, Миколаївська область,
Україна*

Оскільки публіцистика здатна оперативно осмислити і дати необхідну оцінку явищам і темам, по-справжньому зануриться в проблеми реальності, дієво вплинути на формування громадянської думки, і, таким чином, взяти участь в державно-творчих процесах, то до мови засобів масової інформації необхідно ставитися особливо уважно. Так, виклики сучасності вимагають від журналіста єдиного сплаву думки і слова, емоційності та наукової глибини тексту, щоб засобами слова активно втручатися в життя, порушувати і домагатися вирішення соціально вагомих проблем [5].

Закономірно в цьому світі, що тексти ЗМІ відрізняються емоційністю та експресивністю, образністю і виразністю, яка створюється завдяки використанню різних стилістичних засобів і експресивно-оцінної лексики, в результаті чого виникають нові образи, змінюється семантика і дистрибуція слів, поповнюється лексичний запас мови новими словами і запозиченнями [2].

Лексичні засоби у засобах масової інформації в основному ідентичні з тими, які використовуються в художньому стилі, але інтенсивність стилістичних компонентів різна. Специфіка соціальної журналістики обумовлює вибір лексичних комунікативних засобів, які є доступними і зрозумілими кожному. Це обумовлює широке застосування слів і форм розмовної лексики у всіх її різновидах. Різновид лексичних засобів залежить від базового предмету. Медійні повідомлення, присвячені актуальним соціальним проблемам, потребують вузькоспеціалізованої лексики, та можуть поєднувати метафорику, ідіоматичні вирази та вислови, що підсилюють доречність і яскравість висловлювання, можуть використовуватися лексеми

з емоційним забарвленням, включати графаретні фрази – зазначені лексичні засоби мають походження із джерел письмової та повсякденної мови, та не перевищують стандартів.

В ЗМІ з стилістичної точки зору використовується найбільш неоднорідна лексика: так, лексика повинна бути спрямована на загальне розуміння. Тут мовні можливості письмової розмовної мови пов'язані зі спеціальною лексикою окремих галузей науки. У рекламних оголошеннях використовуються стилістично різноманітні лексичні одиниці як, наприклад, неологізми, іншомовні слова, виразні засоби, емоційна і експресивна лексика, для того, щоб привернути увагу і підтримати інтерес [3].

Лінгвісти неодноразово звертали увагу на маніпулятивні можливості мови: мова вміє гримувати свої функції, вміє видати одне за інше, вміє вселяти, впливати, свідчити. Проблема лінгвістичної інтерпретації події стає особливо актуальною в наші дні. Мовне маніпулювання – це використання особливостей мови і принципів її вживання з метою прихованого впливу на адресата в потрібному для мовця напрямку; прихованого – значить неусвідомлюваного адресатом. Іншими словами, коли приховані можливості мови використовуються мовцем для того, щоб нав'язати слухач / читає певне уявлення про дійсність, відношення до неї, емоційну реакцію або намір, що не збігаються з тими, які слухач міг би сформулювати самостійно, прийнято говорити про владу мови, або мовне маніпулюванні. Мова в таких випадках використовується як «інструмент соціальної влади» [6].

Мовне маніпулювання є об'єктом міждисциплінарних досліджень. Оскільки подібні механізми присутні практично в кожному мовному висловлюванні, в них немає нічого негативного або містичного. З цієї точки зору, мовною маніпуляцією вважається будь-яка успішно завершена мовна комунікація.

Подібне тлумачення терміну прийнято вважати розширеним. взуьке розуміння мовної маніпуляції дано в наступному визначенні: «Маніпуляцією, або маніпулятивним мовним актом, прийнято називати висловлювання такого роду, коли людина говорить, вербально повідомляючи одне, бажає досягти будь-якої мети, що не позначено словесно» [3].

Механізми маніпулювання невіддільні від мови. Одні і ті ж засоби використовуються і для прояснення істини і для її спотворення. Жоден з мовних механізмів не призначений спеціально для маніпулювання, але майже будь-хто може бути для цього використаний.

Популярним прикладом маніпулятивного впливу є гра на емоціях, що представляє собою медійне повідомлення, яке повинно викликати певне емоційне реагування, такі як страх, співчуття чи гнів. Формування почуття страху доречно у випадку необхідності відволікання уваги

широкої громадськості та кожної окремої людини від важливих питань та спрямування уваги на другорядні проблемні ситуації. На практиці подібна технологія проявляється в наступних діях: китайські засоби масової комунікації у своїх медійних повідомленнях створюють образ західного світу як деструктивних, войовничих країн, основною ціллю яких є знищення ідеального комуністичного режиму, приниження здобутків та повного домінування над китайським народом.

При цьому, сформувані співчуття передбачає в повній мірі мінімізувати відкритий для суспільства діалог найменшої частини раціональності. У даному випадку доречним є застосування почуття неприязні до сформованого образу «ворога». Такий підхід також може спрямувати увагу від актуальних проблем всередині країни. Головною метою маніпуляцій із засобами масової інформації є формування зміненого образу реальності, що задовольняє наміри журналістам. Застосування маніпуляційного впливу є підсумком того, що одержувачі медійного повідомлення не дотримуються раціональної поведінки [2].

У медійних повідомленнях широко представлені різноманітні семантико-стилістичні групи емоційно-експресивної лексики, які є інструментом прояву позитивної чи негативної оцінки отриманої інформації. Серед даної категорії лексики популярними є лексеми із загальноновим емоційно-оцінним змістом і лексеми з функціональним емоційно-оцінним змістом. Зазначені лексеми володіють позитивними і негативними оціночними судженнями.

Загалом у засобах масової інформації емоційно-експресивна лексика вживається цілеспрямовано: в умовах маніпуляційного впливу вона набуває додаткових відтінків, характерних цим словам за межами медійного простору.

Література:

1. Бабич Н. Д. Практична стилістика і культура української мови. Львів : Світ, 2003. 432 с.
2. Коваль Т. Л. Засоби експресивізації українського газетного дискурсу початку ХХІ ст. : дис. канд. філол. наук : 10.02.01. Херсон, 2011. 203 с.
3. Корнеев В. М. Роль маркованої лексики у створенні емоційної структури тексту. *Наукові записки*. Київ : Інститут журналістики, 2002. Т. 7. С. 85–86.
4. Лексика українських мас-медіа. Переяслав-Хмельницький : «Видавництво КСВ», 2019. 208 с.
5. Чабаненко В. А. Стилiстика експресивних засобiв української мови. Запорiжжя, 2002. 351 с.

6. Шевченко Л. І. Медійна інтертекстуальність у дослідницьких парадигмах сучасної лінгвістики: наукові інтерпретації, опозиції, перспективи аналізу. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. Київ, 2015. № 31. С. 7–18.

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-383-5-42>

MEDIALINGUISTIC PARADIGM OF ANALYSIS OF MODERN MEDIA GENRES

МЕДІАЛІНГВІСТИЧНА ПАРАДИГМА АНАЛІЗУ ЖАНРІВ СУЧАСНИХ ЗМІ

Shevchenko L. I.

*Doctor of Philological Sciences,
Professor,
Corresponding member of the National
Academy of Sciences of Ukraine,
Head of the Department of Stylistics
and Language Communication,
Taras Shevchenko Kyiv National
University
Kyiv, Ukraine*

Шевченко Л. І.

*доктор філологічних наук, професор,
член-кореспондент Національної
академії наук України,
завідувач кафедри стилістики
та мовної комунікації
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка
м. Київ, Україна*

Dergach D. V.

*Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor,
Associate Professor at the Department
of Stylistics and Language
Communication,
Taras Shevchenko Kyiv National
University
Kyiv, Ukraine*

Дергач Д. В.

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри стилістики
та мовної комунікації,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка
м. Київ, Україна*

Modern science improves the linguistic research paradigm, using syncretic methodological constructs that allow to consider the genre in the dynamics of the communicative field of the modern world.

The functional context of genre episteme in modern linguistic discourse actualizes the systematic interpretation of language as verbalized consciousness in the cultural dynamics of social communication. It leads to the renewal of the traditional anthropocentric dominance in humanitarian studies through the functional context of the object of analysis. Thus, new