

підстави для того, щоб у черговий раз «переписати» історію нашого народу згідно з уявою про неї певних політичних сил, які на даний момент підтримує церква УПЦ МП.

1. Антицерква на Україні // Почаевский листок. 2003. № 5. 2. Ветвь, не приносящая плода // Спасите наши души (SOS). Місіонерський випуск. 2002. 3. Грушевський М. Історія України-Руси: В 10 тт. К., 1991 — 1997. 4. Гудзяк Б. Криза і реформа: Київська митрополія, Царгородський патріархат і генеза Берестейської унії. Львів, 2000. 5. Зайцев К. Пам'яті останнього царя// Спасите наши души (SOS). 2006. № 10. 6. Ісиченко І. Загальна церковна історія. К., 2000. 7. История России. Теории изучения. М., 1995. 8. Історія релігій в Україні: В 10 тт. К., 1996 — 1999. 9. Історія православної церкви в Україні. К., 1997. 10. Каледа Г. Родина як домашня церква // Чудо. 2005. № 11. 11. Кауров В. Про таємне значення клятви 1654 року для малоросійського народу // Православний телеграф. 2006. № 6 (12). 12. Коняев Н. Игрушки русских императоров. М., 2005. 13. Куліковська-Романова О. Молитва про царів знову з'єднає російський народ // Спасите наши души (SOS). 2006. № 10. 14. Мащенко О. Уроки ненависті у шкільних підручниках історії // Мир. 2002. № 1 — 2. 15. Нилус С. Близько єсть, при дверях... М., 2006. 16. Омелянчук І. Черносотенное движение на территории Украины (1904 — 1914 гг.). 17. Полонська-Василенко Н. Історія України: В 2 тт. К., 1995. 18. Последние цифры // Начало. 2005. № 3 (59). 19. Преподобномученица великая княгиня Елизавета. К., 2006. 20. Самодержавство не відійшло від Росії // Спасите наши души (SOS). 2006. № 10. 21. Селянські думки // Прибавлення к Почаевскому листку. 1907. № 33. 22. Смолянїнов Є. Анафема демократії // Спасите наши души (SOS). 2006. № 7. 23. Спогади про гетьмана Богдана Хмельницького // Прибавлення к Почаевскому листку. 1907. № 32. 24. Суббельний О. Україна: історія. К., 1993. 25. Фомин С. Последний царский святой. СПб., 2003. 26. Фомин С. Боролись за власть генералы...лишь Император молился. М., 2005. 27. Як ставитися до іновірців, раскольників та еретиків? // Почаевский листок. 2003. № 9. 28. Якобий И. Император Николай II и революция. М., 2005.

УДК 659.4

В. М. Стехіна

МОВНЕ МАНІПУЛЮВАННЯ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Йдеться про прийоми мовного маніпулювання, політичний, теле-, радіо-, газетний дискурс, дискурс у сфері наблік релейшнз, патогенні тексти, аналітичну політичну риторіку, пропаганду, мистецтво суперечки в засобах масової комунікації (ЗМК). Наведено приклади з українських мас-медіа.

Deals with language manipulation and spin, influence of media events, political, tele-, radio-, newspaper, PR discourse, pathogenic text, analysing political rhetoric, propaganda, getting disputes resolved, semantics of a press panic, speech act in argumentative discussions in mass communication.

Сьогодні ЗМК утворюють значну частину соціокультурного середовища, наповнюють змістом сферу «культурного споживання». Необхідно провести дефініції між засобами масової комунікації. Преса, телебачення і радіо через різку політизацію суспільства останнім часом набули рис переважно засобів масового політичного інформування, а синтетичні види мистецтва —

кінематограф і фотографія — типових ознак засобів масової комунікації [3, с. 218]. Раніше відомі як інтерперсональні засоби комунікації — факсемільна та комп'ютерна комунікація, ближчі за функціями до засобів зв'язку — нині також набувають особливостей зростаючої масовості. Таким чином, серед ЗМК намітилася функціональна і політично спрямована диференціація. Вивчення інформаційного простору України та його реальних меж може допомогти в пошуку оптимізації впливу засобів масової комунікації.

Мовне маніпулювання здійснюється шляхом свідомого і цілеспрямованого використання мовних засобів для того, щоби подати певну інформацію у вигідному світлі, відповідно до інтересів певної людини, соціальної або політичної групи. Як відомо, елементи мовного маніпулювання застосовуються в ідеологічно навантажених текстах, насамперед у політичних аргументаціях, тобто характерні для політичного, теле- і радіодискурсу, а також газетного і дискурсу у сфері публік рілейшнз (ПР) (за класифікацією Г. Почепцова).

Політичний дискурс як спрямований на майбутній контекст (ЗМК на теперішній) є вигідним: його важко перевірити й заперечити. Ф. Бацевич відзначає, що свої ідеї політичний дискурс проголошує найкращими. Як правило, він творить образ і навіть модель ворога, а ворог завжди цементує суспільство, яким легко керувати [1, с. 142]. Останні опитування росіян свідчать, що громадяни Російської Федерації впевнені, що між Грузією і Росією почнеться війна; 69% опитуваних вважають, що сьогодні в світі існує дві держави, які ворожо ставляться до Росії, — Грузія і США (Сьогодні. 7.09.06). Політологи погоджуються, що зростання рейтингу Володимира Путіна зумовлене конфліктом з Грузією: за перший тиждень жовтня рейтинг російського президента досягнув показників першого терміну його правління — 37%. У першій половині вересня рівень довіри Путіну становив 32%. На думку українських оглядачів, «обурливо, коли держава, замість вирішити соціальні та економічні проблеми, формує в суспільстві ксенофобські настрої і створює образ зовнішнього ворога» (Дзеркало тижня. 7 — 13.09.06).

Політичний дискурс моделює інтереси суспільства. Часто дискурсивні вміння політика важать більше, ніж його особистісні риси [1, с. 142].

У теле- і радіодискурсі мовна маніпуляція здійснюється насамперед через емоційний вплив і почуття задоволення або агресії, а також тому, що вони передбачають невимушеність, неофіційність. Автори теле-, радіопередач створюють образ живого мовлення. Досліджуючи телебачення як головний медіум ХХ — початку ХХІ ст., Б. Потятиник зауважує, що воно переважає інші канали масової комунікації за масштабами і впливовістю й цитує П'єра Бурдьє: «Для декого з наших філософів (і письменників) «бути» означає бути показаним по телевізору» [2, с. 23]. Тим паче це стосується політиків. На думку Ніла Постмена, телевізійна інформація є, як правило, дезінформацією в тому сенсі, в якому це слово вживало ЦРУ чи КДБ, тобто іррелевантною, фрагментованою, поверховою [7, с. 107]. Причина цієї поверховості, по-перше, у комерційній природі телебачення, основне завдання якого полягає у формуванні й виховуванні

аудиторії в бажаному рекламодавцям дусі, а по-друге, у відсутності традиційних текстів. Мовець (диктор) і слухач (глядач) перебувають у різних точках простору і часу, не можуть коригувати мовлене і почуте (наприклад, перепитати). Тема подавання та відбору інформації не залежить від слухача (глядача). Статус мовця — офіційний, слухача (глядача) — неофіційний [1, с. 139].

Для засобів масової комунікації, зокрема для електронних — радіо і телебачення — характерним є використання, одночасно зі словом, цілого ряду знакових систем, які відіграють важливу роль в організації, підготовці (створенні) та продукуванні (відтворенні) текстів. У смисловому плані ці тексти головним чином є похідними від інших, передусім прозових різновидів організації тексту. У плані відтворення і сприймання вони характеризуються опосередкованістю пред'явлення (через комунікатора або іншим чином) та визначеністю аудиторії, до якої вони звернуті, (адресністю) або соціальною орієнтованістю.

У газетному дискурсі значну увагу приділяють не лише змісту, а й формі викладу. Він розлогіший, повніший, аргументованіший. Словниковий запас газетного дискурсу дорівнює приблизно 20 тисячам (розмовного — 2 — 3 тисячі) номінативних одиниць [1, с. 139]. У західній масовій комунікації на першому місці — фактична модель подачі змісту, у вітчизняній — авторська.

Газетний, як і теле- і радіодискурс, має потенційну небезпеку маніпуляції людською свідомістю. Виникає проблема патогенного (який завдає шкоди) тексту. Дослідник патогенних текстів мас-медіа Б. Потятиник виділяє патогенні зони: зони «раю» — рекламу, позитивну пропаганду й еротику та зону «пекла» — медіанасильство, а також їх суміш, що апелюють до почуття задоволення й агресії. За цим критерієм до непатогенної позитивної зони мас-медіа передусім належать просвітницькі тексти (телепередачі, інтернет-сайти тощо), стримані за стилем і формами подачі, виразно спрямовані на підвищення освітнього рівня аудиторії та зміцнення почуття громадянської відповідальності [2, с. 124].

До патогених відносяться тексти, спрямовані на підриив віри в Бога, національних і державних інтересів, які загрожують глобальній безпеці й суспільній моралі, мають шкідливий психологічний вплив, приводять до нехтування основними правами та свободами людини [1, с. 153]. Симптомами патотексту, на думку Б. Потятиника, є погіршення сприйняття нової, особливо суперечливої, інформації, зосередженість на певній інформації як єдино правильній; параноїдальна одержимість певним текстом; зниження морально-психологічного рівня функціонування особистості. Інші дослідники вважають їх значною мірою суб'єктивними. Б. Потятиник зазначає два варіанти нейтралізації патогенних текстів:

організаційний — полягає в контролі інформаційних потоків за допомогою певних організаційних заходів — цензури, протекціонізму (захисті текстів естетичних, моральних, інтелектуальних тощо);

альтернативно-конкурентний — передбачає нейтралізацію патотексту іншим, конкурентним, текстом (нейтралізація, звичайно, здійснюється в психіці «споживачів» текстів).

На практиці обидва методи часто поєднують: для патотексту створюють несприятливі умови, а істинні тексти захочують як матеріально, так і морально [1, с. 153].

Дискурс у сфері паблік рілейшнз передбачає аналіз настроїв громадськості, гармонізацію політики із суспільними інтересами, сприяє реалізації програми дій, спрямованих на досягнення громадського розуміння та схвалення. ПР-дискурс може створювати позитивний імідж не лише певній інституції або політикові, а й цілій країні. Важлива роль ПР у руйнуванні стереотипів та упереджень щодо певної держави, її керівництва, внутрішньої і зовнішньої політики тощо, а також у кризові для держави періоди [1, с. 143].

Україна робить спроби щодо створення позитивного іміджу на міжнародній арені (див.: «Країні не повезло з рекламістами» — *Обзор*. 14.06.06; «Україна губить зароблені мільярди» — *АиФ в Украине*. 2006. № 23). Міністерство закордонних справ України оголосило конкурс на розроблення рекламної стратегії з підтримки авторитету держави. На думку політолога В. Небоженка, імідж країни — це її політична культура, економічний розвиток, місце в міжнародній політиці й міжнародному поділі праці. Будь-яка держава, що себе поважає, прагне підтримувати позитивний імідж. Така супердержава, як США, містить цілий штат фахівців у Держдепартаменті, відповідальних за авторитет країни, і витрачає на це щорічно понад 10 мільйонів доларів. Почала піклуватися про своє реноме у світі й Росія. Імідж України довгий час створювався з випадкових факторів: футболіст Шевченко, Чорнобиль, українська мафія, Лазаренко. Помаранчева революція упродовж декількох місяців підтримувала яскравий позитивний імідж України. На жаль, він губиться на очах, і Росія вносить свій внесок у цей процес, намагаючись представити в пресі Україну як державу нестабільну, непередбачену, «країну-злодійку», що не виконує взятих зобов'язань. Водночас Росія намагається частково «реабілітувати» Беларусь як свого стратегічного партнера, що має на Заході виключно негативний імідж.

Серед прийомів мовного маніпулювання найбільш розповсюдженими можна назвати «емоційний вплив» і «плавну зміну смислового значення вислову», використання евфемізмів, пейоративів. Наприклад, *розвідка — шпіднаж, інформація — пропаганда, патріотичний — шовіністичний, націоналістичний; демократія — демократичні ігри, свобода — свавілля, тверда влада — деспотизм; дотримуватися принципів — упиратися*. Це можна простежити у статтях про вбивство російської журналістки Ганни Політковської, конфлікт між Грузією та Росією та ін. У Росії чеченців називають бандитами, терористами. Це формує суспільну думку в заданому напрямку: у свідомості людей слово *чеченець* ототожнюється зі словами *бандит, терорист*. Пояснюючи одну з причин конфлікту між Грузією та Росією, В. Густов, голова Комітету Ради Федерації у справах СНД, сказав: «От Саакашвілі з трибуни ООН назвав Росію «бандитською». І будь-яка країна повелася б жорстоко, якби її так назвали. Наприклад, ті ж таки Сполучені Штати» (*Дзеркало тижня*, 7.09.06).

Широко використовуються мовні вислови без точного смислового значення, тобто так звані «лозунгові слова» і «пусті формули». Наприклад: *демократія, загальний добробут, громадське благо, цінність для суспільства, безпека, мир, свобода, рівність, братерство*. «Лозунгові слова» відіграють значну роль у створенні переконливості ідеологічного тексту. Їх функція передусім полягає у впливі не на розум, а на почуття людини. Ці поняття в системі її цінностей займають позитивне місце, тому тексти, де зазначені вислови застосовуються, також сприймаються позитивно.

«Лозунгові слова» іноді ще називають символічними висловами, оскільки в текстах їх значення навмисно не визначається, припускається, що воно всім відоме [5, с. 75]. Разом з тим цей прийом використовується наступним чином: політичні діячі, угруповання, партії борються за так зване «правильне» вживання «лозунгових» слів, а опонентів звинувачують у тому, що вони навмисно змінюють смислові значення таких слів, перекручують їх. Однак, як правило, жодна зі сторін не дає чіткого формулювання подібних висловів, про їх значення ніколи не «домовляються» і при цьому дорікають один одному за неправильне тлумачення. Кожний з опонентів претендує на єдине істинне розуміння певних понять.

«Пусті формули» відрізняються від «лозунгових слів» тим, що слова, які їм відповідають, не займають центрального місця в системі цінностей людини, тому що не несуть яскраво вираженої позитивної оцінки. Однак вони близькі до символічних слів, оскільки застосовуються в контекстах немовби маючи чітке смислове визначення, хоч насправді його немає. Це, наприклад, такі вислови, як *якість життя, воля народу, соціально несправедливий*. Відомий політолог Ф. Хайек писав: «Не існує критерію, за допомогою якого ми могли б виявити, що таке «соціально несправедливий», бо не існує ані суб'єкта, який міг би допустити таку несправедливість, ані правил індивідуальної поведінки, дотримання яких в умовах ринкового ладу гарантувало б окремим людям і групам становище, яке само по собі (на відміну від процедури, що його зумовлює) здалося б нам справедливим. Це поняття належить не до категорії помилок, а до категорії абсурду, як термін «моральне каміння» [5, с. 114]. Важко не погодитися з логіком Г. Фреге, який у роботі «Про смисл і значення» зауважує: «Я вважаю, що не менш небезпечні псевдоімена, які нічого не позначають. Псевдоімена, мабуть, навіть більшою мірою, ніж неоднозначні вислови, сприяють демагогічному зловживанню мовою. Таким, наприклад, є вислів «воля народу»... Тому мені уявляється виключно важливим закрити це джерело омани — хоча б в науці — раз і назавжди» [4, с. 27].

Можна відзначити велику кількість вживання «пустих формул» у текстах офіційних українських ЗМК. Наприклад, *збереження громадянського миру, створення фундаменту демократичного устрою, Україна вже стала ключовою державою в системі європейської і міжнародної безпеки, а також приборкання інфляційних процесів, будівництво соціальної держави, забезпечення рівних прав усім націям і мовам, формування правової*

держави. Відсутні пояснення, точніше конкретизація цих виразів, а з висловлювань політичної еліти можна зробити висновок, що такі формулювання є формалізованими пропозиціями, симулякрами, що «вкидаються у народ», але не несуть ніякого істотного смислового навантаження. Мета — показати бажане благополуччя і виправдати (без)перспективність обраної стратегії внутрішнього і зовнішньополітичного розвитку.

Ефект прийому «синтаксичне перетворення» є особливо помітним при порівнянні активної і пасивної форм подання інформації, наприклад, *влада вжила заходів і владу змусили вжити заходів*.

Порядок перераховування також може використовуватися в інтересах того, хто промовляє, для ранжування мовного матеріалу.

Досить ефективним є використання мовних конструкцій, в яких відсутній агент дії, для переконання читачів або слухачів: «*Говорять, що...*», «*Вважають, що...*», «*Існує думка щодо...*». Залежно від того, яке місце агент дії займає в мовній конструкції, можна викликати у читача/слухача різні емоційні стани, по-різному подати одну й ту саму інформацію. Цей прийом часто використовується в газетних заголовках, наприклад, «*Росіяни звинувачуються у шпигунстві*», «*Росія звинувачує Грузію у наклепі*», а також у полемічних, дискусійних матеріалах, де автор намагається дати два різні погляди на одну й ту ж проблему. Наприклад, «*Дзеркало тижня*» звернулося до представників Грузії та Росії як конфліктуючих сторін з проханням прокоментувати ситуацію, що склалась у відносинах Москви і Тбілісі. З грузинського боку на запитання відповідав міністр закордонних справ Гела Бежуашвілі, з російського — глава Комітету Ради Федерації зі справ СНД Вадим Густов (*Дзеркало тижня*. 7.09.06).

Отже, сучасні ЗМК широко використовують не тільки контроль над суспільною думкою, а й її конструювання. Базовим, класичним напрямом політичного маніпулювання залишається обмеження та «проціджування» запропонованих інформаційних струменів. Небажана для когось інформація про ту чи іншу подію частково чи повністю обмежується або подається у перекрученому вигляді. Часто відновити першоджерело неможливо. Саме ж «проціджування» завжди довготривале і спирається на жорстко розроблені фактори «недопуску» небажаної інформації. Такими факторами в українських умовах можуть виступати інформаційні інтереси, коли «зайва» інформація здатна порушити робочу конфігурацію взаємовідносин у полі влади, а також суттєво вплинути на сталість системи «влада — опозиція»; комерційні інтереси, у межах яких «владна позиція» надає можливість контролю за управлінськими засобами, але знання про механізми такого контролю неможливе для пересічного громадянина; виборчі інтереси.

Мас-медіа ведуть психологічні війни й пропагандистські кампанії, які спираються на чітке знання комунікативних закономірностей і маніпулятивних технік. Знання різних комунікативних маніпулятивних моделей сприяє створенню ефективних процесів впливу і захисту від маніпуляцій. Це потребує

серйозних інтелектуальних і матеріальних ресурсів, але дає можливість грати на рівних у нових інформаційних умовах, в які вступило людство.

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. К., 2004. 2. Потятиник Б.В. Медіа: ключі до розуміння. Львів, 2004. 3. Суська О.О. Розвиток інформаційно-комунікативних теорій // Слово. Символ. Текст. К., 2006. 4. Фреге Г. Смысл и значение // Избр. работы. М., 1997. 5. Хайєк Ф.А. Право, законодавство та свобода. К., 1999. Т. 2. 6. Хоменко І.В. Еристика: Мистецтво полеміки. К., 2001. 7. Postman N. Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business/ New York, 1985.

УДК 655.535:165.172(048.3)

О. В. Трищук

ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ЗВ'ЯЗНОСТІ У РЕФЕРАТИВНОМУ ТЕКСТІ

Аналізуються мовні засоби, що вживаються у реферативному тексті для вираження різних типів (паралельного, ланцюгового, кущового) міжреченнєвого зв'язку.

The language means which are used for expression of different types of links between sentences (parallel, chain, bush) in abstracts are analyzed.

Вивченню категорії зв'язності на матеріалах первинних текстів присвячено багато наукових робіт, де розглядаються й систематизуються типи міжреченнєвих зв'язків, засоби вираження і принципи їх реалізації, а також види текстів залежно від характеру й ступеня їхньої зв'язності [1; 5; 6; 8 тощо]. Проте категорія зв'язності щодо реферативного тексту досі не була предметом наукового розгляду. А таке дослідження необхідне для усвідомлення процесів і механізмів мовленнєво-мисленнєвої діяльності комунікантів, які розв'язують проблему породження, інтерпретації і розуміння змісту. Зокрема, потребують виявлення й кваліфікації мовні засоби вираження міжреченнєвих зв'язків у реферативному тексті, оскільки невдале їх використання може спричинити комунікативний конфлікт між референтом і читачем.

Різні типи міжреченнєвих зв'язків (ланцюговий, паралельний, кущовий) зумовлюють вибір характерних саме для них мовних засобів. Найчастотніший в реферативних текстах **паралельний** тип міжреченнєвої зв'язності маркується специфічними мовними засобами — референтськими конструкціями. Дієслова, що входять до їх складу, мають однакові граматичні форми по всьому тексту. Паралельний зв'язок може підсилюватися спеціальними словами, які додатково підкреслюють характер відношень між поєднаними реченнями або їхніми сполученнями. Зокрема, у рефератах подекуди можна зустріти слово *також*, наприклад: «Розглянуто одиниці дискурсу та категорії, які вони реалізують, наведено визначення кожної з них. Розглянуто також теорію мовленнєвих актів та її інтерпретацію в комунікативному дискурсі-аналізі» [13, 2004, сер. 3, № 6, с. 141].