

хранению, использованию и распространению информации. Сочетание лучших практик мировых концепций является наиболее приемлемым для Украины.

Ключевые слова: інформаційна діяльність, органи місцевого самоуправління, моделі інформаційної діяльності, інформаційне простір, інформаційне законодавство.

Buzuluk O. The Typical Directions of Information Activities of State: Actual Problems for Local Governments. In the article considered the typical model information of the various countries. The models and directions of information that are available in Ukraine are analyzed. Based on this, the author has tried to develop a common information model of local self-government. Information activities of local governments is missing in the law and in the field of scientific research by this time. The main principles of the state in the information sphere should create reliable conditions for the proper organizational and legal support public relations regarding the collection, storage, use and dissemination of information. The best practices of the world concepts combining is most suitable for Ukraine.

Keywords: information activities, local governments, models of the information activities, information space, information legislation.

Адреса для листування: fmr.lutsk@gmail.com.

Стаття надійшла до редакції 05.05.2016.

УДК 070.15

Кузнцова Тетяна – доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри журналістики Національного університету «Одеська юридична академія»,

Писаренко Лариса – старший викладач кафедри журналістики Національного університету «Одеська юридична академія»

Негативно-оцінний потенціал сучасних медіа

У статті досліджено вплив негативно-оцінного потенціалу сучасних медіа. Зокрема, розглянуто комунікативні механізми, що формують негативну оцінку медіа тексту й зумовлюють негативний вплив на реципієнта. Проведений аналіз мас-медійних матеріалів засвідчив, що для створення негативно-оцінного потенціалу медіажурналісти використовують маніпулятивні прийоми (дискредитація опонентів, навішування ярликів, приписування опонентам прихованих цілей), що формують в аудиторії відповідні негативні настрої; порушують стандарти професійної етики, використовуючи лексеми, що несуть відверто негативну конотацію, подаючи незбалансовану інформацію.

Ключові слова: негативно-оцінний потенціал, дискредитація опонентів, навішування ярликів, приписування опонентам прихованих цілей.

Постановка наукової проблеми та її значення. Загальновідомо, що сучасна людина занурена не лише в інформаційне, а й емоційне середовище, яке сьогодні значною мірою формують ЗМІ. Наш настрій часто визначається тематикою, стилістикою друкованої, радіо- та телевізійної продукції. Хоча, на жаль, самі журналісти не завжди звертають на таке увагу. Попри це проблема ефективного впливу засобів масової інформації на індивідуальну та суспільну свідомість і поведінку сьогодні є центральною в психології журналістики. Із трьох основних методів впливу на людину – фізичний (насилля і страх насилля), соціальний (утиск прав особистості та соціумів) і психологічний (вплив на психіку людини) – останній у наш час став домінуючим. Як стверджує московський психолог А. Асмолов, минуле століття стало першим в історії людства століттям нової психозойської ери, коли «психологічна діяльність людини зведена в ранг геологічного фактора, що змінює зовнішність планети» [1, с. 5–7].

Аналіз досліджень проблеми. Безумовно, будь-які економічні, політичні реформи чи акції, так само як і воєнні дії, неминуче зазнають краху, якщо вони психологічно не забезпечені. Про це неодноразово зазначали О. Тоффлер, В. Лефевр, С. Кара-Мурза, С. Коен тощо. «Емоції необхідні для виживання і благополуччя людини, – зазначає один із засновників теорії диференційних емоцій

Керрел Е. Ізард. – Не володіючи емоціями, тобто не вмюючи відчувати радість і сум, гнів і провину, ми не були б повною мірою людьми. Емоції стали однією з ознак людяності» [2, с. 10]. За допомогою емоцій людина переймається чужими почуттями, виробляє новий порівняно з когнітивним тип мотивації й успішної адаптації.

Сьогодні однією з характерних рис журналістського поля є агресивність та нав'язування всім соціальним, культурним, науковим і політичним полям своїх принципів публічного бачення світу [3, с. 250]. Одним із механізмів формування негативно-оцінного поля є активне використання комунікативних засобів, що формують негативно-оцінний потенціал медіатексту, дослідження яких і становить мету нашої розвідки.

Мета статті – визначити комунікативні засоби формування негативно-оцінного потенціалу сучасних медіа.

Виклад основного матеріалу та обґрунтування отриманих результатів дослідження. У Кодексі журналістської етики українського журналіста чітко вказується, що «журналіст повинен уникати у своїх публікаціях та передачах образ із приводу національних, расових, етичних та релігійних поглядів і почуттів людей, протидіяти екстремізму та обмеженню громадянських прав за будь-якими ознаками... Водночас журналіст зобов'язаний сприяти зміцненню моральних та етичних засад суспільства, збереженню національних, культурних традицій, протистояти впливу культу насильства, жорстокості, порнографії»[4]. Але дуже часто в публікаціях ми прослідковуємо вживання негативно-оцінних одиниць, які й підсилюють негативне ставлення читача до того чи того явища.

У ході аналізу газети «Україна молода» за 2013 рік, зокрема опублікованих у ній матеріалів про мовне питання та політико-правові проблеми (всього проаналізовано 192 номери, з них мовне питання висвітлювалося у 5 матеріалах – 5 номерів, політико-правові питання – у 182 матеріалах, представлених у 129 номерах), встановлено активне тиражування негативно-оцінних текстів. Так, у матеріалах, що стосуються мовного питання, негативна оцінка є в трьох із п'яти матеріалів, а у матеріалах із політико-правової проблематики – у 107 (що становить 59 %).

Значною мірою негативну оцінку формують негативно-оцінні лексеми. Зокрема, активно використовуються слова «скандальний», що є прикметником до слова скандал і означає «той, що набуває широкого розголосу, ганьбить, ставить у незручне, неприємне становище кого-небудь. Який містить опис, що ганьбить кого-небудь. Скандальна хроніка» [5, с. 250] «фашист та фашизм» – це прибічник, прихильник фашизму; член фашистської організації [6, с. 571], що самі по собі несуть негатив і викликають у читача агресію.

Активно негативно-оцінний потенціал виявлено в сильній позиції тексту – його заголовковому комплексі. Пор.: «Кролі й шпигуни Яценюка, носовички Тягнибока, шапка Кличка» («Україна молода», № 49 (2)); «Транспортний колапс головного мозку» («Україна молода», № 57 (16)); «Фашисти заважають «покращенню»! На «антифашистські» мітинги в регіонах влада в робочий час зігнала тисячі бюджетників» («Україна молода», № 69 (16)).

Деякі заголовки містять образливі слова та вислови: «Чешіть в іншому місці» («Україна молода», № 96 (05.07)); «Загадка ректорової матні» («Україна молода», № 110 (02.08)), що виражають інтенсивність емоційної оцінки, підвищують експресивність висловлювання, а отже, його впливовий потенціал, а також сприяють свідомій спрощеності мислення читача.

Порівнюючи подання мовної проблеми в іншому українському виданні «День», ми прийшли до висновку, що журналісти використовують маніпулятивну тактику *приписування опонентам прихованих цілей* для їхньої дискредитації. Це можна пояснити намірами влади приховати від громадськості непопулярні рішення в економічній і соціальній сферах. Тому найактуальнішим у мовній тематиці є звинувачення у прагненні до розколу: «...вони грають на розкол України...» («Туман ярмом»... Що насправді наухвалювала Верховна Рада», «День», № 117, 10 липня 2012 року). «А що ж до «мовного» закону, то я переконаний: весь той гармидер, який розігрався довкола мовного питання, – не більш ніж маніпуляції людей, які хочуть на цьому заробити політичні дивіденти» («Російськомовні українці Сходу і Криму – про мовний закон», «День», № 145, 17 серпня 2012 року).

Навішування ярликів – це ще один із маніпулятивних прийомів, в якому використовується емотивна лексика з метою викривлення цілей опонентів. Суть такого прийому полягає у виборі

образливих епітетів, метафор, назв для характеристики людини, об'єднання, ідеї, певного соціального явища з метою дискредитувати особистість, соціальну групу, предмет обговорення в очах читачів. Найменування за цим принципом здійснюється на основі якоїсь ознаки об'єкта, а «матеріалами» маніпулятора стають соціальні стереотипи, які пропонують спрощені й перебільшені оцінки. Прикладом одного з найпростіших варіантів навішування ярликів у ЗМІ є називання опонентів «*націоналістами*». Це слово останнім часом отримало негативне забарвлення і асоціюється з агресивним, часто неадекватним відстоюванням власної думки [7, с. 145]. Проросійські ЗМІ вживають термін «*українські націоналісти*», а українські – навпаки: «Наполегливість, із якою *російські націоналісти*... проштовхували з 2006 року зміни до мовного законодавства» («Європейська хартія як інструмент розколу країни», «День», № 158, 6 вересня 2012 року). Ще один ярлик – називати усіх *бандитами*: «Нам точно відомо, що перед цим у парламенті відбулася «сходка» на чолі з головним *бандитом* Азаровим» («Москві не шкода Януковича», «День», № 113, 4 липня 2012 року).

У газеті «День» простежено випадки, коли журналісти активно використовують певні поняття не у властивому для них значенні. Так, наприклад, використання слова «русифікація»: «Це фактично означає намагання закріпити наслідки *колонізаційної політики русифікації*» («Сильна, соборна – чи «окрадена», принижена антиукраїнськими законами?!» («День», № 130, 27 липня 2012 року). «*Русифікацію України розгортають повним ходом*» («День», № 159, 7 вересня 2012 року). Іноді журналісти ототожнюють «*мовний закон*» із поняттям «*русифікація*»: «Таке ж «добровільне» збирання підписів на підтримку закону *русифікації*...» («День», № 119, 12 липня 2012 року «Закон про мову кинули Україні, як кістку»).

Як бачимо, термін «русифікація» деякі медійники використовують для пояснення процесу поширення російської мови на території України. «Завдяки нашій адміністрації ми йдемо попереду всієї України в плані *русифікації*» – коментар редактора одеської газети «Чорноморські новини» І. Мельника в газеті «День» («День», № 143, 15 серпня 2012 року «Чи вбереже Одеса толерантність?»). Мабуть, автор мав на увазі, що в Одесі більшість людей розмовляють російською мовою, але ж вийшло, що в Одесі хтось насильно запроваджує російську мову, оскільки термін «русифікація» означає насильницьке запровадження російської мови, культури і т. ін. серед національних меншостей у царській Росії [6, с. 914].

Висновки. Отже, проведений аналіз мас-медійних матеріалів засвідчив, що для створення негативно-оцінного потенціалу медіа журналісти використовують маніпулятивні прийоми (дискредитація опонентів, навішування ярликів, приписування опонентам прихованих цілей), що формують в аудиторії відповідні негативні настрої; порушують стандарти професійної етики, використовуючи лексеми, що несуть відверто негативну конотацію, подаючи незбалансовану інформацію.

Активне використання цих прийомів формує агресивну комунікативну поведінку, причину якої найчастіше вбачають у складному житті, яке ніби змушує людей бути жорстокими, а мова як соціокультурне явище відображає всі зміни, що відбуваються в суспільстві. Так, звичайно, мова – це «окуляри, без яких нам не розгледіти навколишній світ. Мова – слуга і пан. Мова – наш друг і ворог одночасно. Вона немовби стежить за нами й фіксує всі наші проблеми та хворі місця. Суспільство стає кримінальним, і мова слідом за ним. Суспільство зазнає чужого впливу, і мова – теж. Суспільство стає вільнішим, і мова відображає це. Більше того, змінюючись, мова починає впливати на всіх людей, що говорять нею. Це не просто вибір, як говорити, а вибір, як думати і жити» [8]. Ще О. Есперсен зазначав, що в періоди суспільних катаклізмів розмиваються культурні стандарти, етичні та естетичні традиції, які супроводжуються вульгаризацією національної мови. Це спостерігалось в Англії XIV–XV століть, Франції кінця XVIII століття, СРСР 20-х років XX століття і в багатьох країнах СНД з кінця XX століття. Проте, незважаючи на соціокультурний контекст, ми повинні пам'ятати, що ЗМІ – це всі новини світу, а не простір для агресії та злослів'я.

Література

1. Асмолов А. Г. Культурно-историческая психология и конструирование миров / А. Г. Асмолов. – М. : Воронеж, 1996.
2. Изард К. Э. Психология эмоций / К. Э. Изард. – М. : Изд-во «Питер», 2000.

3. Журналистика в мире политики: Исследовательские подходы и практика участия / ред.-сост. С. Г. Корковенко. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2004.
4. Кодекс професійної етики українського журналіста [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://old.nsiu.org/tabmenu/kodeks_etiki.
5. Словник української мови: в 11 томах / за ред. І. К. Білодіда ; АН УРСР. Інститут мовознавства. – К. : Наукова думка. – Т. 8.
6. Словник української мови: в 11 томах / за ред. І. К. Білодіда ; АН УРСР. Інститут мовознавства. – К. : Наукова думка. – Т. 9.
7. Веретенкина Л. Ю. Языковое выражение межличностных манипуляций в драматургии А. Н. Островского : дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.01 / Л. Ю. Веретенкина. – Пенза, 2004.
8. Кронгауз М. Язык мой – враг мой? [Электронный ресурс] / М. Кронгауз // Новый мир. – 2002. – № 10. – Режим доступа : <http://www.classes.ru/ru.philology/krongauz-02.htm>.
9. Чічановський А. А. Світ інформації: особистість, суспільство, держава / А. А. Чічановський, В. І. Шкляр. – К. ; М. : Вид-во «Слов'янський діалог», 1995.

References

1. Asmolov A. N. Kul'turno-ystorycheskaya psikhologhiya y konstruyrovanye myrov / A. N. Asmolov. – M. ; Voronezh, 1996.
2. Izard K. E. Psikhologiya emotsiy / K. E. Izard. – M. : Izd-vo «Piter», 2000.
3. Zhurnalistika v mire politiki: Issledovatel'skie podkhody i praktika uchastiya / red.-sost. S. G. Korkovenko. – SPb. : Izd-vo Mikhaylova V. A., 2004.
4. Kodeks profesinyoi etyki ukrayins'koho zhurnalista [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : http://old.nsiu.org/tabmenu/kodeks_etiki.
5. Slovnyk ukrayins'koyi movy: v 11 tomakh / za red. I. K. Bilodida ; AN URSSR. Instytut movoznavstva. – K. : Naukova dumka. – T. 8.
6. Slovnyk ukrayins'koyi movy: v 11 tomakh / za red. I. K. Bilodida ; AN URSSR. Instytut movoznavstva. – K. : Naukova dumka. – T. 9.
7. Veretenkina L. Yu. Yazykovoe vyrazhenie mezhlichnostnykh manipulyatsiy v dramaturgii A. N. Ostrovskogo : dis. ... kand. filol. nauk : spets. 10.02.01 / L. Yu. Veretenkina. – Penza, 2004.
8. Krongauz M. Yazyk moy – vrag moy? [Elektronnyy resurs] / M. Krongauz // Novyy mir. – 2002. – № 10. – Rezhim dostupa : <http://www.classes.ru/ru.philology/krongauz-02.htm>.
9. Chichanovs'kyu A. A. Svit informatsiyi: osobystist', suspil'stvo, derzhava / A. A. Chichanovs'kyu, V. I. Shklyar. – K. ; M. : Vyd-vo «Slovjyans'kyu dialoh», 1995.

Кузнєцова Т., Писаренко Л. Негативно-оценочный потенциал современных медиа. В статье рассматривается влияние негативно-оценочного потенциала современных медиа. В частности рассмотрены коммуникативные механизмы, которые формируют негативную оценку медиа текста и обуславливают негативное влияние на реципиента. Проведенный анализ масс-медийных материалов показал, что для создания негативно-оценочного потенциала медиа журналисты используют манипулятивные приемы (дискредитация оппонентов, навешивание ярлыков, приписывание оппонентам скрытых целей), которые формируют у аудитории соответствующие негативные настроения; нарушают стандарты профессиональной этики, используя лексемы, которые несут откровенно негативную коннотацию, подавая несбалансированную информацию.

Ключевые слова: негативно-оценочный потенциал, дискредитация оппонентов, навешивание ярлыков, приписывание оппонентам скрытых целей.

Kuznetsova T., Pisarenko L. Negatively-evaluative Potential of Modern Media. The article examines influence of negatively-evaluative potential of modern media. In particular it rates communication mechanisms, which form negative assessment of the media text and cause negative impact on the recipient. The conducted analysis of mass media material showed that for creating the negatively-evaluative potential of media journalists use manipulative methods (discredit opponents, labeling, prescribing opponents hidden purposes), which forms a corresponding negative mood of audience; violate standards of professional ethics using lexemes with overtly negative connotation, giving unbalanced information.

Keywords: negatively-evaluative potential, the discrediting of opponents, labeling, prescribing to opponents hidden purposes.

Адреси для листування: arnaytova-tv@yandex.ua, pisarenko64@mail.ru.

Стаття надійшла до редакції 10.05.2016.