

Беднарчик Роман,

Національний університет «Острозька академія»

ЕВФЕМІЗМИ ЯК ЗАСІБ МАНІПУЛЯЦІЇ В ЖУРНАЛЬНИХ ТЕКСТАХ

У статті евфемізми розглядаються як засоби маніпуляції масовою свідомістю. Розроблено класифікацію евфемізмів в залежності від рівня реалізації їхнього маніпулятивного потенціалу.

Ключові слова: *евфемізм, маніпуляція, журнальний текст.*

В статье эвфемизмы рассматриваются как средства манипулирования массовым сознанием. Разработано классификацию эвфемизмов в зависимости от уровня реализации их манипулятивного потенциала.

Ключевые слова: *эвфемизм, манипуляция, журнальный текст.*

The article deals with euphemisms as means of mass consciousness manipulation. The author classified euphemisms according to the level of their manipulative potential realization.

Key words: *euphemism, manipulation, magazine text.*

Сьогодні ЗМІ є одним із найважливіших соціальних інститутів. Вони контролюють весь інформаційний потік даних, встановлюють пріоритетність одних подій над іншими, відфільтровують їх. ЗМІ стали своєрідними маркерами, які формують та впливають на систему соціальних, політичних та особистих цінностей. Журнальні тексти, як різновид ЗМІ, не лише є потужним інструментом донесення інформації до адресата, а й ефективним засобом маніпуляції його свідомістю. З одного боку, це забезпечується широкою читацькою аудиторією, а з іншого – використанням таких технологій, які дозволяють маніпулювати свідомістю реципієнтів.

Оскільки акт маніпуляції у тексті здебільшого реалізується за допомогою вербальних засобів, то механізми формування та принципи дії маніпуляції у журнальних текстах потрібно досліджувати в

першу чергу на мовному рівні [2]. Маніпулятивна ознака мови ЗМІ проявляється у викривленні/приховуванні інформації або ж у створенні неправдивої інформації. Реалізація маніпулятивного потенціалу мови в ЗМІ відбувається внаслідок цілеспрямованого формування визначень та зміни семантики слів для позначення понять.

Евфемізми як спеціально обрані адресантом засоби цілеспрямованого впливу на читачів маркують проблемні/небажані зони суспільства. Із розвитком суспільства такі проблемні зони змінюються, а тому актуальним є дослідження засобів маркування цих зон, прагматичної спрямованості (впливу) таких засобів на читача для виявлення самих проблемних зон.

Методологічною базою для дослідження стали ідеї та концепції, викладені в працях вітчизняних та зарубіжних науковців з евфемії (В.П. Москвин, Н.М. Потапова, Н. Роусон), з маніпуляції свідомістю (Е.Л. Доценко, С.Г. Кара-Мурза, Г. Шиллер) та з мови ЗМІ (Дж. Брайант).

Під актом маніпуляції ми розуміємо «вид психологічного впливу, вмале виконання якого веде до прихованого навіювання людині намірів, які не співпадають із її реальними бажаннями» [3, с. 60]. Розрізняють два види маніпуляції: маніпуляція свідомістю індивіда та масовою свідомістю. Журнальні тексти як джерело інформації для сотень тисяч реципієнтів ідеально підходять для маніпуляції масовою свідомістю.

Для маніпуляції масовою свідомістю в ЗМІ характерна залежність від часу та простору [5, с. 84]. Так, наприклад новини про катастрофу в одній із шахт Чилі матимуть найбільший резонанс у самій країні. Вплив цієї події на жителів сусідніх країн буде меншим, а вплив на пересічного жителя України практично буде дорівнювати нулю. Таким чином, зі збільшенням географічної відстані між об'єктом повідомлення та реципієнтом зменшується вплив повідомлення на реципієнта. Так само зі збільшенням часу між об'єктом повідомлення та реципієнтом вплив повідомлення на реципієнта зменшується. Цю залежність можна зобразити графічно (див. авторський рис. 1).

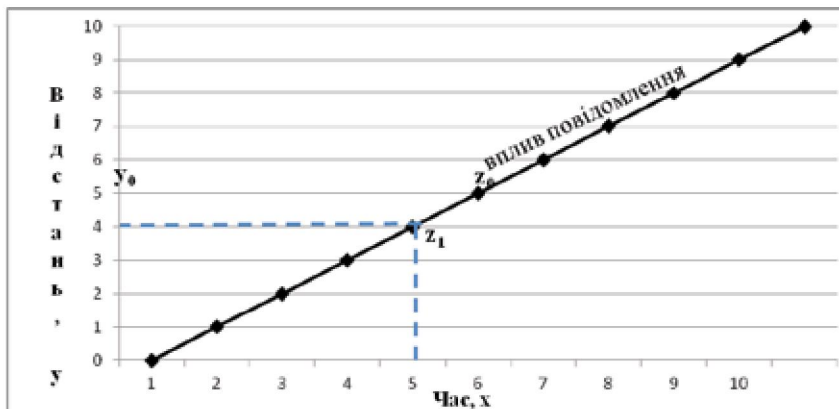


Рисунок 1. Графік часово-просторової залежності впливу повідомлення на реципієнта

Відповідно до графіка можна сформулювати таку закономірність: *будь-яке повідомлення має вплив z_1 у час x_1 та на відстані y_1 . При чому існує така точка z_0 , у якій час та відстань між об'єктом повідомлення та реципієнтом є такими великими, що вплив об'єкта повідомлення на реципієнта практично дорівнює нулю.*

В залежності від рівня прояву маніпуляції ми розрізняємо три типи евфемізмів у журнальних текстах:

1. Евфемізми, в яких маніпулятивний потенціал реалізується повністю внаслідок розбіжностей між експліцитним (кінцевим) та імпліцитним (вихідним) значеннями (антецедентом) поняття. Експліцитне значення створює позитивну асоціацію, яка цілковито нейтралізує та вуалює негативну асоціацію імпліцитного значення. Внаслідок цього читачі не помічають зв'язок між антецедентом та евфемізмом і сприймають евфемізм як об'єктивний та оптимальний варіант позначення поняття.

«Our traditional reliance on overwhelming force is not merely a matter of military tactics; as Hanson's book shows, it reflects a belief in the necessity of wide spread citizen participation in the aggressive implementation of national will» (U.S. News and World Report, November 5, 2001, p. 53). В наведеному прикладі автор за допомогою евфемізму позначає поняття «війна». При чому евфемізм повністю вуалює денотат антецедента, який викликає в читачів негативні асоціації, а прямої номінації немає.

2. Евфемізми, які володіють частковим маніпулятивним потенціалом. У цьому випадку кінцеве значення (евфемізм) розкривається за допомогою непрямого посилання на вихідне значення (антецедент). Читачеві не навіюється значення, він має вибір між прямою номінацією та евфемізмом.

And he (G. Bush) devised a radically new concept that America has the right to launch «pre-emptive»/ «preventive» war against evildoers that have such weapons before they strike (U.S. News and World Report, March 10, 2003, p.17). У поданому реченні автор непрямо розкриває значення евфемізму «pre-emptive»/ «preventive» war – війна. Однак читач має свободу вибору: він може підтримувати тих, в чиїх інтересах є використання цієї мовної одиниці або ж виступати проти, оскільки будь-яка війна є трагедією.

3. Евфемізми, маніпулятивний потенціал яких практично дорівнює нулю. В такому випадку автор відкрито розвінчує кінцеве значення евфемізму і вказує на його пряме відношення до вихідного значення.

«In contact» is the euphemism of choice here for having been in battle. (U.S. News and World Report, April 14, 2003, p.35). У цьому прикладі адресат повністю розвінчує значення евфемізму, а тому маніпуляція адресантом є неможливою. Евфемізми, значення яких було розкрито перед масовою аудиторією, в подальшому використанні втрачають маніпулятивний потенціал.

У наведеній діаграмі показано кількісне співвідношення груп досліджуваних евфемізмів в залежності від рівня прояву маніпуляції.

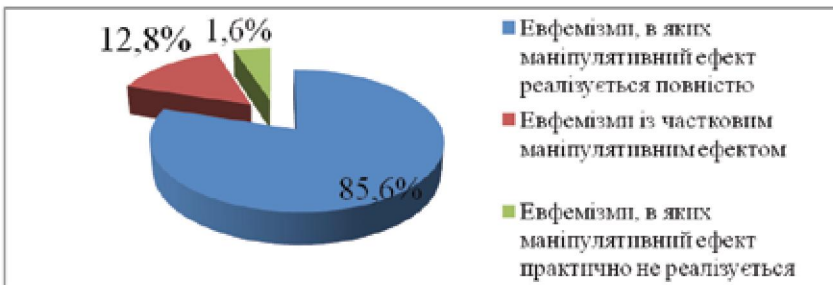


Рис. 2. Реалізація маніпулятивного ефекту евфемізмів у журнальних текстах

Найбільшу групу становлять евфемізми, в яких маніпулятивний ефект реалізується повністю, що зумовлено, по-перше, небажанням

адресанта розкривати справжню суть описуваного поняття, а по-друге, намаганням здійснити на масову аудиторію цілеспрямований вплив для отримання конкретної цілі. Використання евфемізмів двох інших груп було зафіксоване вкрай рідко. Це дозволяє говорити про той факт, що в журнальних текстах спостерігається зростаюча тенденція до підсвідомого навіювання читачам певних понять для утвердження або зміни певних соціальних стереотипів, переконань або цінностей.

Література:

1. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.

2. Брайант Дж. Основы воздействия СМИ / Дж. Брайант, С. Томпсон: пер. с англ. В. В. Кулебы и А. Я. Лебеденка; под. ред. Э. В. Крайникова. – М.: Изд. дом Вильяме, 2004. – 432 с. http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:3WrXSttaeRcJ:https://www.latrobe.edu.au/linguistics/LaTrobePapersinLinguistics/Vol%252001/1AllanandBurridge.pdf+EUPHEMISM,+DYSPEMISM,+AND+CROSS-VARIETAL+SYNONYMY*+Keith+Allan&hl=uk&gl=ua&pid=bl&srcid=ADGEESjT3UJ0b6oJ5u5tazaRE7M9UGye9i0DVnTbcp41IpZ-qM3-Yx2jRx13_pT4IjFeKdtAZEcOcuCG5Z3Oy85c8ObRJuVJQGDg8p9PSDweAgamoFaH5iQ9-N7GO9dLLs9xh6ZbSd9&sig=AHIEtbT0NYMoXYDq6NHPbUGR-VnEarG58Q

3. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – М.: ЧеРо, Изд. МГУ, 1997. – 344 с.

4. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием [Электронный ресурс] / С. Кара-Мурза. – Режим доступа: http://www.brainball.ru/book/iwar/manipulation_consciousness.rar

5. Моль А. Социодинамика культуры / А. Моль : пер. з фр., вступ. стаття, примечания Б. В. Бирюкова, Р. Х. Зарипова, С. Н. Плотникова. – М.: Прогресс, 1973. – 407 с.

6. Москвин В. П. Эвфемизмы: системные связи, функции и способы образования / В. П. Москвин // Вопросы языкознания. – 2001. – №3. – С. 58-70.

7. Потапова Н. М. Краткий обзор некоторых исследований эвфемизмов / Н. М. Потапова // Вестник МГУ. Серія: язык сознание коммуникация. – М.: МаксПресс. – 2007. – Вып. 34. – С. 27-38.

8. Худолій А. О. Функціональні зміни у мові американської публіцистики кінця XX – початку XXI століття : [монографія] / А. О. Худолій. – Острог: Вид-во НаУОА, 2006. – 384с.

9. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием / Г. Шиллер : пер. з англ. І ч. В. М. Погостин, ІІ ч. А. Н. Бурмистенко. – М.: Мысль, 1980. – 326 с.

10. U.S. News and World Report November 26, 2001. – Vol. 131. – # 10. – 73 p.

11. U.S. News and World Report, April 29, 2002. – Vol. 132. – # 14. – 70 p.
12. U.S. News and World Report, June 24, 2002. – Vol. 132. – # 22. – 70 p.
13. U.S. News and World Report, July 8-15, 2002. – Vol. 133. – # 2. – 70 p.
14. U.S. News and World Report, July 22, 2002. – Vol. 133. – # 3. – 114 p.
15. U.S. News and World Report, March 10, 2003. – Vol. 133. – # 14. – 86 p.
16. U.S. News and World Report, April 14, 2003. – Vol. 133. – # 18. – 77 p.
17. U.S. News and World Report, September 3, 2003. – Vol. 135. – # 7. – 88 p.