

С. М. Романчук,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики,
Український гуманітарний інститут

МОВА ЯК КОГНІТИВНИЙ ЗАСІБ СТАНОВЛЕННЯ СВІТОГЛЯДУ ОСОБИСТОСТІ ЖУРНАЛІСТА АБО «ЧИЯ МОВА, - ТОГО І ВЛАДА»

Мова, в її найширшому розумінні, є не лише засобом комунікації, але й ключовим елементом формування світогляду людини. «Мова, на відміну від інших знакових систем, є універсальним способом спілкування, вона здатна маніфестувати будь-яку ділянку людського досвіду. Усі інші знакові системи у генетичному плані вторинні стосовно мови і мають обмежені виражальні можливості й обмежену сферу застосування» [Ктитарова 2009, с. 103].

Світогляд — це система уявлень та переконань, що визначає загальне бачення людиною світу та її місце в ньому. Він формується на основі особистого досвіду, знань, вірувань, цінностей і культури. До світогляду належать: Філософські уявлення: основні принципи буття, природи і суспільства, розуміння сутності світу і людини. Етичні переконання: норми і цінності, що визначають моральні принципи поведінки. Естетичні уявлення: погляди на прекрасне і потворне, критерії естетичної оцінки. Соціально-політичні погляди: уявлення про суспільство, державу, політику, економіку та мову. Релігійні переконання: віра в надприродне, богів, духів, космологічні міфи [Капітон 2008, с. 134].

Розглянемо різні властивості та функціонал мови як когнітивного засобу становлення світогляду. По перше, у контексті журналістики, мова виступає як потужний інструмент, що дозволяє журналістам не лише передавати інформацію, але й активно впливати на сприйняття, уявлення та переконання аудиторії. «Мовна особистість журналіста – це поєднання креативних здібностей і лінгвістичних компетенцій, які він реалізує у своїй діяльності. Місія журналіста передбачає свідоме ставлення до мовленнєвої практики та мовної поведінки. Творче самовираження реалізується в сукупності багатьох важливих чинників у ЗМІ: виборі теми, переконливих аргументів, логічного викладу думок і глибокої філологічної освіти. Мовне мистецтво, на відміну від живопису, музики, скульптури, акумулює всі зорові, слухові, дотикові та емпатичні відчуття в універсальному знакові – слові. Вибір слова щодо відтворення чуттєвих і змістових сенсів, його грамотне використання у відповідному контексті виділяє журналіста-інтелектуала з-поміж інших учасників форумів, круглих столів, аналітичних чи розважальних програм» [Яцимірська 2017, с.52]. В цьому контексті дослідження ролі мови в становленні світогляду журналіста має велике значення, оскільки воно допомагає розкрити механізми впливу мовлення на формування поглядів та цінностей.

По-друге, вона виступає важливим каталізатором у процесі формування світогляду, що є складником когнітивного сприйняття навколишньої дійсності. Відомо, що мова відображає культурні, історичні та соціальні реалії суспільства, а також впливає на сприйняття подій та явищ. «Мова, як засіб вираження національної культури, виявляється найважливішою її частиною, дієвим фактором самого її існування й динамічного розвитку. Вона виступає сполучною ланкою історичних поколінь народу, забезпечує наступність і єдність культурної традиції» [Постригань 2016, с.113]. У журналістиці мова використовується для створення образу реальності, визначення пріоритетів та формування емоційного фону матеріалу. Журналісти здатні використовувати мовлення для підсилення чи послаблення певних аспектів подій, а також для впливу на переконання своєї аудиторії.

Для журналістів важливо уміти вдало добирати лексичні та стилістичні ресурси, синтаксичні конструкції для відображення думок, поглядів та цінностей. У цьому аспекті мова також виступає когнітивним засобом. Використання відповідних термінів або фраз може відображати певну ідеологію чи політичну приналежність. Таким чином, мова

журналістики не лише відтворює реальність, але й активно бере участь у формуванні її сприйняття.

Про зміни в лексиці та вплив журналістів на поширення неологізмів пише кандидат наук Наталія Семен: «Мова видань є джерелом для поширення неологізмів. Саме засоби масової інформації першими реагують на всі зміни, що відбуваються у житті суспільства, тому вони яскраво демонструють появу нових слів. Медіа сприяють активному розвитку та оновленню української мови, адже журналісти активно поширюють неологізми в своїх матеріалах. Відтак, вони повинні виважено вживати нові слова в текстах, щоб уникнути їх недоцільного використання. Вплив неологізмів на мову видань має як позитивну, так і негативну тенденцію. Позитив полягає у тому, що нові слова поповнюють словниковий запас носіїв мови, добре впливають на їхню обізнаність. Крім того, неологізми оновлюють тексти, надають їм сучасного відтінку. Завдяки використанню новотворів журналісти уникають застарілих лексичних одиниць та шаблонів» [Семен 2020, с.208].

Когнітивна основа використання мови у журналістиці може бути і засобом маніпуляції аудиторією. Під час формулювання заголовків, вибору лексики та конструкцій речень журналісти можуть навмисно підсилювати або послаблювати певні аспекти новин з метою впливу на переконання та уявлення читачів або глядачів. Такий вплив мови може призводити до спотворення об'єктивності інформації та формування стереотипів, або ж навпаки, підсилювати національний дух, формувати єдність серед аудиторії та повертати віру в ті чи інші погляди. Все це робиться за допомогою слів, мовних засобів та мови загалом. Саме через це журналістам і важливо розуміти лексику, щоб вміти вміло підібрати вирази, які будуть не лише зрозумілими читачеві, а й будуть спонукати його до певних думок. У цьому й полягає когнітивний аспект мови у формуванні світогляду. Доприкладу, використання різного типу метафор, повторень може бути використано для маніпуляції. Про це пише Людмила Чік у своєму дослідженні про «Засоби мовного маніпулювання»: «У текстах мас-медіа велику роль відіграють метафори, які є не тільки популярними та продуктивними засобами мовної виразності, а й одними з тактичних прийомів прихованої маніпуляції»; «Повторення є одним із тих психологічних засобів, які впливають на несвідомі механізми, та основною умовою пропаганди. Воно надає ствердженням ваги додаткового переконання й перетворює їх на нав'язливі ідеї. У той же час повторення буде бар'єр проти будь-якого іншого ствердження та не дозволяє роздумувати» [Чік 2015, с. 122].

Ми чітко бачимо, що саме мова є безпосереднім «будівельником» людських філософій та призм, під якими вони розглядають буття. У цьому також виявляється когнітивний характер мови, оскільки створює різні дискурсивні явища. Наприклад, навколо мови формуються та базуються безліч політичних позицій, такі як націоналізм та навіть нацизм. Це також світоглядні формування, які міцно переплітаються з використанням мови як когнітивного засобу побудови нових світоглядних бачень. Володимир Гонський у своєму дослідженні зазначає: «Фактор мови в політиці (як зовнішній, так і внутрішній) відіграє далеко не останню роль. Мова – важливий державотворчий фактор. Політичний аспект мовної проблеми найточніше висловили ще древні римляни: «чия мова, – того і влада»» [Гонський 2020, с. 1].

Як бачимо, мова є невід'ємним елементом професійної діяльності журналіста, а також, в цілому, будь-якої людини, та відіграє важливу роль у формуванні світогляду її аудиторії. Когнітивний характер мови сприяє становленню світогляду особистості, дозволяє краще зрозуміти механізми впливу та розвивати критичне мислення серед читачів та глядачів. Однак важливо пам'ятати про відповідальність журналіста за використання мови та свідомий вплив на формування світогляду аудиторії в етичній площині.

Література:

1. Гонський В. Мова як чинник формування людини і нації. НУБІП. 2020.

2. Ктитарова Н. К. Загальне мовознавство: навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів. Дніпродзержинськ: Дніпродзержинський державний технічний університет, 2009. 144 с.

3. Постригань А. В. Мова як інструмент міжкультурної комунікації для формування особистості /А. В. Постригань // Стратегії міжкультурної комунікації в мовній освіті сучасного ВНЗ : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ (15 берез. 2016 р.) / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана» ; редкол.: І. А. Колеснікова (голова) [та ін.]. Київ : КНЕУ, 2016. С. 112–115.

4. Світогляд і світ людини : колективна монографія / за заг. ред. доктора філософських наук, професора В.П. Капітона. Дніпропетровськ : ДДФА, 2008. 240 с

5. Семен Н. Інноваційна лексика в мові сучасних веб-медіа (на прикладі інтернет-варіанту газети «День»). *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2020. Вип.4. С. 205-210.

6. Чік Л. Засоби мовного маніпулювання у сучасних ЗМІ. *Літературний процес: методологія, імена, тенденції. Філологічні науки*. 2015. № 5. С. 121-123

7. Яцимірська М. Г. Культура мови журналіста: навч. посібник. 2-ге вид., перероб. і доп. Львів: ПАІС, 2017. 168 с.