

МОВНІ ЗАСОБИ ВПЛИВУ У МАСОВІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Соколова І.В. (м. Суми)

Масова комунікація – систематичне поширення повідомлень серед чисельно великих розосереджених аудиторій з метою впливу на оцінки, думки і поведінку людей. Масова комунікація є інституціолізованим виробництвом і масовим поширенням символічних матеріалів за допомогою передачі та накопичення інформації, одне з тих важливих явищ сучасного суспільства, яке помітно позначається на розвитку суспільних відносин всередині кожної країни і між країнами і народами,

Сутністю масової комунікації як діяльності є вплив на суспільство шляхом впровадження в масову свідомість певної системи цінностей. Форма і зміст масової комунікації залежать від умов її функціонування та поставленої мети. Мета масової комунікації: зміна соціальних суб'єктів в інтересах інших суб'єктів або всього суспільства.

Однією з найважливіших соціально-психологічних функцій масової комунікації є її здатність самоорганізовувати громадську думку, суспільну свідомість. Відмінною рисою масової комунікації є її не однонаправлений характер. Багатовекторність масової комунікації передбачає передачу інформації від одного активного джерела (комунікатора) до різних, не пов'язаних один з одним реципієнтам. Відмінності масової комунікації від міжособистісного спілкування проявляються практично у зв'язку з усіма складовими комунікаційного процесу.

Масова комунікація виконує роль регулятора динамічних процесів соціальної психіки; роль інтегратора масових настроїв; каналу циркуляції психоформуючої інформації. Завдяки цьому засоби масової комунікації є потужним засобом впливу і на особу, і на соціальну групу. Масова комунікація впливає на поширення стандартів сприйняття реальності, культурних норм, еталонів поведінки. В останні роки велика увага приділяється рекламі, масовій культурі,

впливу технічних засобів комунікації на суспільство; загострюється інтерес до глобальних проблем поширення інформації, нових інформаційних реалій.

Складовим елементом масової комунікації є мовна комунікація. Мовна комунікація є складною інформаційно-знаковою системою, у якій взаємодіють індивідуальні, національні, інтернаціональні мовні компоненти. Функціонування цієї системи має історичну і соціально-культурну зумовленість. У центрі її — людина, що творить мовлення як цілеспрямовану дію. Уміння спілкуватися є винятково важливою людською компетенцією, однією з передумов досягнення успіху в будь-якій справі. Розвинена мовна особистість знає й ефективно використовує лінгвістичні, соціолінгвістичні, прагматичні аспекти комунікації, правила комунікативної поведінки в різних ситуаціях.

Мовний вплив у масовій комунікації здійснюється за допомогою широкого асортименту засобів: лексико-семантичних, синтаксичних, структурно-композиційних, стилістичних. Використання різного роду повторів, термінологічних ланцюжків, кліше та сталих виразів, скорочень, аббревіатур, власних та топологічних назв спрямоване на здійснення комунікативно-прагматичного впливу на реципієнта з метою зміни його свідомості. Різноманітні стилістичні засоби, такі як метафора, метонімія, гіпербола, синекдоха, літота та інші, надають емоційно-емфатичного забарвлення висловленням, забезпечуючи їх виразність та експресію. Частотне використання цих засобів свідчить про упередженість журналістів у процесі висвітлення подій, що обмежує критичність мислення реципієнтів.

Масова комунікація є потужним засобом впливу на свідомість реципієнтів, що робить її інструментом маніпуляції. Саме тому продуценти текстів для засобів масової комунікації мають усвідомлювати свою відповідальність та зважено відноситись до вибору мовних засобів.