

**VYBRANÉ PRÍSTUPY
K JAZYKOVEJ MANIPULÁCII V MÉDIÁCH
SELECTED APPROACHES
TO MASS MEDIA LANGUAGE MANIPULATION**

Martina Szabóová

Katedra anglistiky a amerikanistiky FF UKF v Nitre, SK

V príspevku sa autorka zaoberá vybranými spôsobmi jazykovej manipulácie v médiách. Primárne vychádza z definícií Noama Chomského a Antona Smatanika a manipulatívne aspekty jazyka skúma aj pri používaní skratiek a eurožargónu. V úvode príspevku autorka poskytuje klasifikáciu skúmaného javu a odôvodňuje odporúčania pre prezentáciu javu vo vyučovacom procese. Následne ponúka hlbšiu analýzu vybraných typov jazykovej manipulácie a možných spôsobov jej prezentácie pre študentov žurnalistiky a príbuzných odborov.

In the article the author deals with selected methods of language manipulation in mass media. Primarily she follows the definitions by Noam Chomsky and Anton Smatanik. Manipulative aspects of the language are also being examined in the use of abbreviations and Eurolect. At the beginning of the contribution the author provides classification of the phenomenon and justifies recommendations for the phenomenon presentation in the educational process. Subsequently, she provides a deeper analysis of the selected types of language manipulation and possible ways of its presentation for students of journalism and related studies.

Kľúčové slová: *médiá, jazyk, manipulácia, vzdelávanie, žurnalistika*

Key words: *mass media, language, manipulation, education, journalism*

1 Úvod

Manipulácia, a teda rovnako aj jazyková manipulácia, bola do istej miery vždy súčasťou verejnej (politickej, mediálnej, masovej) komunikácie. Možno ju jednoducho definovať ako rafinované a najmä nečestné jednanie s úmyslom získania vlastnej výhody. Kedy presne však začala byť manipulácia aj teoreticky skúmaná je nie celkom jasné. Korene jej teoretického skúmania ale každopádne siahajú až do starovekého Grécka a to vďaka rozvoju politiky, práva a rétoriky, ktoré sa vždy spájali s umením presvedčania. Starovekí sofisti 5. storočia pred n.l. boli ovplyvnení Protagorasom a jeho relativizmom vyjadreným v známom výroku, že človek je mierou všetkých vecí, existujúcich že sú a neexistujúcich že nie sú. Rovnakú zásadu použil Protagoras aj na umenie presvedčania.

Najmä v nedávnej histórii získalo slovo presvedčanie niekoľko významových odtieňov počnúc argumentačným diskutovaním, cez manipuláciu až po tvrdý nátlak. Ako je známe, od začiatku 20. storočia získavali významnú úlohu

v šírení informácií a formovaní názorov, postojov, svetonázorov a dokonca aj osobnosti a s tým spojenej manipulácie médiá. Médiá sa stali nástrojom pre vytváranie revolúcií, zmenu nákupných zvyklostí alebo rozvrat politických systémov. Novinári mali vždy veľmi blízko k politike a médiá vo všeobecnosti sú pravdepodobne najvhodnejším nástrojom pre tých, ktorí chcú nielen informovať alebo presvedčať, ale aj manipulovať.

Vzhľadom k tomu, že manipulačné stratégie sa čoraz viac uplatňujú najmä v mienkotvorných a mainstreamových médiách, považujeme za dôležité poukázať na princípy ich fungovania aj vo vzdelávacom procese a to hlavne v tých odboroch, kde sa pri absolventoch predpokladá budúca práca s verejnosťou: mediálne štúdiá, žurnalistika, politológia a podobne. Bližšie sa v článku budeme zaoberať vybranými jazykovými manipulačnými stratégiami a možnosťami ich prezentácie na seminároch cudzieho jazyka, najmä anglického.

2 Jazyková manipulácia

V zásade možno súhlasne s Antonom Smataníkom (2014, 22-27) rozdeliť stratégie manipulácie na priame a nepriame. Priame stratégie zahŕňajú akýkoľvek druh nútenej deformácie, či už je to cenzúra, falšovanie, úpravy v správach alebo dokumentoch, filmová alebo fotografická montáž, časového ohraničenie, neponúknutie priestoru a pod. Nepriame stratégie, naopak, nie sú také zrejmé, avšak sú oveľa účinnejšie a sofistikovanejšie, založené na psychologickej analýze správania človeka. Často krát práve jazyková manipulácia býva klasifikovaná ako nepriama.

Svetovo uznávaný lingvista, filozof a politický komentátor Noam Chomsky (Timsit, 2010, web) uvádza desať stratégií manipulácie, ktoré sú často citované teoretikmi a sociológmi zaoberajúcimi sa manipuláciou: 1. stratégia rozptýlenia; 2. vytvor problém, potom ponúkni riešenie; 3. postupná stratégia; 4. stratégia odkladu; 5. obracaj sa k verejnosti ako k malému dieťaťu; 6. používaj prežívanie viac než uvažovanie; 7. udržuj verejnosť v neznalosti a priemernosti; 8. podporuj verejnosť, aby sa uspokojila s priemernosťou; 9. posilňuj sebaobviňovanie; 10. spoznaj jednotlivcov lepšie než poznajú oni sami seba. Anton Smataník (tamtiež) sleduje predovšetkým Chomského teóriu, ale tiež pridáva vlastné typy mediálnych manipulačných stratégií vrátane orwellovského doublepeaku (kam zaraďuje eufemizmy a dysfemizmy) a politickej korektnosti.

Vzhľadom k tomu, že naším cieľom je poukázať na možnosť aplikovania vybraných stratégií vo výučbe (cudzieho) jazyka, budeme sledovať iba tie stratégie manipulácie, ktoré sú jazykovo orientované a môžu tak poskytnúť dostatočné zázemie pre prácu s (cudzím) jazykom. Zo stratégií spomínaných Noamom Chomským sme vybrali dve, ktoré predpokladáme že môžu byť za určitých podmienok jazykové: obracaj sa k verejnosti ako k malému dieťaťu a používaj prežívanie viac než uvažovanie. Tiež sa zaoberáme dvoma straté-

giami uvedenými Antonom Smatanikom (politická korektnosť a dvojznačnosť) a manipulatívne hľadisko sa budeme snažiť aplikovať aj na také jazykové oblasti ako skratky a tzv. eurožargón (eurolekt).

3 Obracaj sa k verejnosti ako k malému dieťaťu

Prvú z nami uvádzaných stratégií Noam Chomsky vysvetľuje na príklade reklamy (Timsit, 2010, web), ktorá **používa** infantilnú reč, argumenty, ľudí a najmä detskú intonáciu, ako keby bol divák malé dieťa alebo aspoň mentálne nespôsobilý. Čím viac sa snaží reklama diváka (príjemcu) oklamať, tým viac má tendenciu používať infantilný tón. Prístup k príjemcovi ako k dvanásťročnému totiž predpokladá, že aj reakcia a schopnosť tohto človeka kriticky myslieť bude na úrovni dvanásťročného alebo mladšieho.

Z jazykového pohľadu možno v textoch tohto typu obvykle nájsť menší či väčší posun ako v štylistike tak aj vo voľbe lexiky (napr. použité zdrobneniny, nedostatok terminológie) a to tak, aby správa pôsobila čím jednoduchšie a priamočiarejšie. Pri práci s textom študenti v tomto prípade hľadajú jazykové (napríklad pragmatické, štylistické, lexikálne, syntaktické) a umelecké¹ prostriedky typické pre spôsob prezentácie a prístupu k detskému prijímateľovi. Ako príklad možno uviesť propagačné video vydané Bielym domom vo Washingtone D.C. zobrazujúce prezidenta Baracka Obamu (*Inside the White House: Letters to the President*, 2009) ako denne so záujmom číta desať listov od bežných občanov v snahe zostať v kontakte s každodennými problémami radových Američanov. Podľa našich skúseností približne dve tretiny študentov v skupine pripúšťa, že video podvedome evokuje predstavu Santa Clausa čítajúceho vianočné listy od detí a pokúšajúceho sa ich ubezpečiť, že urobí všetko pre to, aby sa ich (vianočné) prania naplnili. Video s Barackom Obamom tak v divákovi podvedome vyvoláva predstavy o šťastnom detstve, pocite bezpečia a starostlivom rodičovi.

4 Používaj prežívanie viac než uvažovanie

Uvedená prvá stratégia Chomského sa za istých okolností môže prelínať s ďalšou: používaj prežívanie viac než uvažovanie. Chomsky uvádza (Timsit, 2010, web), že využitie emocionálneho aspektu je klasickou technikou spôsobujúcou skrat racionálnej analýzy a následne kritického vnímania jednotlivca. Okrem toho používanie emočného registra otvára dvere do podvedomia, kde môže implantovať myšlienky, túžby, strachy a úzkosti, alebo dokonca vyvolať istý typ správania.

¹ Manipulatívne umelecké prostriedky možno sledovať v prípade, že je komunikovaný text prezentovaný prostredníctvom plagátu alebo obrázku, dokumentárneho filmu, reklamného spotu a podobne.

Na ilustráciu danej stratégie môžu študenti pracovať s viac alebo menej emotívnym textom (písaný text, video, plagát a podobne) zobrazujúcim napríklad nejaký konflikt s cieľom ukázať, aké lexikálne, štylistické alebo iné výrazové prostriedky text používa na citovú podporu svojho posolstva. Študenti sa potom môžu pokúsiť prepísať (prepracovať) text napríklad ako citovo podfarbený z opačného uhla pohľadu, alebo ako emočne neutrálnu správu. Ďalšou možnosťou je porovnanie dvoch rôznych protichodných (informačných) zdrojov a ich postojov k rovnakej udalosti alebo problematike, napríklad pohľad prozápadného a proruského média na ukrajinskú krízu. V súvislosti s ukrajinskou krízou sa napríklad Petr Žantovský (2014,43) na začiatku svojho článku pýta, prečo sú novinári v hodnotení a komentovaní Rusov takí emotívni, prečo opúšťajú prísne objektívnu úlohu žurnalistiky. Veľmi podobne sa napríklad v západnom svete ostro vyhrávajú postoje a emócie voči moslimskej populácii, čo silne ovplyvnili udalosti a najmä spôsob informovania o udalostiach ako útok na Svetové obchodné centrum v New Yorku, vojenské intervencie na východe, Arabská jar a podobné.

5 Politická korektnosť

Ďalším typom jazykovej manipulácie médií spomínanej Antonom Smatanikom (2014,26) je politická korektnosť. Smataník vysvetľuje (tamtiež), že politická korektnosť vlastne znemožňuje hovoriť o určitých témach a ak by aj hovoril o nich umožnila, tak len daným alebo schváleným spôsobom. Niektoré témy sa tak stávajú tabu a v prípade, že problém je tabuizovaný a nemožno ho otvorene prediskutovať, nemožno ho ani vyriešiť. Zjednodušene povedané, podľa princípov politickej korektnosti je treba prestať diskutovať o tom, čoho sa bojíme, alebo aspoň treba onen problém inak pomenovať. Hlavná téza politickej korektnosti, a síce že jazyk podmieňuje myslenie, je prekvapivo podobná téze orwellovského newspeaku.

V súvislosti s vágnosťou, neurčitosťou, vyhýbavosťou textu (správy, posolstva) a odmietaním priameho pomenovania je vhodné spomenúť Drahomíru Ondrovú, ktorá sleduje štylistické charakteristiky oficiálnej komunikácie Tonyho Blaira. Vo svojom článku Ondrová konštatuje (2006,118), že dôraz kladený na vágnosť prejavu a vyhýbanie sa spresneniu detailov ako je čas a miesto, sú charakteristické pre rétoricko-komunikatívny štýl nových labouristov. Balansovanie medzi rôznymi sociálnymi skupinami, nadnárodnými korporáciami a ľavicovými labouristami prináša nespornú výhodu neutrality v komunikácii spolu s možnosťou nemenovať javy priamo a vytvára tak priestor pre voľné politické manévrovanie. Politické prejavy tohto druhu poskytujú vhodný učebný materiál, na ktorom môžu študenti sledovať štylistické aspekty neurčitosti.

6 Dvojznačnosť

Politická korektnosť je tiež úzko prepojená s použitím eufemizmov a dysfemizmov v médiách. Anton Smataník (2014,25) používa pre oba zjednocujúci termín *doublepeak* vytvorený Georgeom Orwellom. Existuje celý rad súčasných príkladov pre dysfemizmy, napr. neonacizmus (označujúci vlastenectvo), extrémizmus (označujúci dopyt po rovnakých podmienok pre každého), tzv. darebácke krajiny (označujúci krajiny, ktoré nie sú ochotné podrobiť sa) a mnoho ďalších. Ešte väčší počet príkladov možno nájsť medzi eufemizmami: nútené odzbrojenie (označujúci vojenský zásah), reprodukčné zdravie (označujúci potraty), neutralizovať (označujúci zabiť) a iné. Veľa politicky korektných slov sa stalo bežnými výrazmi často používanými v každodennom živote (senior namiesto dôchodca, referentka namiesto sekretárka, Róm namiesto Cigán, Afroameričan namiesto černocho a iné). Politicky správne slová a frázy s úmyslom nebyť rasovo, etnicky, sociálne či akokoľvek inak diskriminačný stále pribúdajú. Mnohé zo zložených politicky korektných výrazov obsahujú (najmä v angličtine) slová ako odlišný, postihnutý, poškodený alebo hendikepovaný (*different, inconvenienced, challenged, impaired, handicapped*).

Z praxe vieme, že práca s takými výrazmi na hodinách môže priniesť veľa rozruchu a emotívnosti, keď sa študenti snažia o pochopenie spôsobu tvorby a odhalenie významu absurdných politicky korektných neologizmov v anglickom jazyku, ako napríklad: *who lies is only of categorical inaccuracy* (kto klame je len kategoricky nepresný); *who steels in supermarket is only non-traditionally shopping* (kto kradne v supermarkete, ten len netradične nakupuje); *who is boring is only differently interesting* (kto je nudný je len inak zaujímavý); *who is clumsy is only uniquely coordinated* (kto je nemotorný je len jedinečným spôsobom koordinovaný); *who is insane is only emotionally different* (kto je duševne chorý je len emocionálne odlišný); alebo dokonca *who is dead is only permanently inconvenienced* (kto je mŕtvy je len trvale znevýhodnený). K dispozícii je tiež veľké množstvo dostupných autentických textov, ktoré ilustrujú princípy politickej korektnosti v praxi: reklamy, články, inzeráty, tlačové správy, prehlásenia a iné.

7 Skratky

Či si to uvedomujeme alebo nie, skratky sú súčasťou každodennej komunikácie a tiež súčasťou základnej slovnej zásoby mnohých jazykov. Veľa takýchto slov je dokonca natoľko bežných alebo majú také špecifické použitie, že ich už ani nepovažujeme za skratky. Lenka Michelčíková (2015, 54-55) vysvetľuje, že skratky sú tiež častým javom pri tvorbe terminológie Európskej únie. Vzhľadom k tomu, že v rámci EÚ existuje veľa menších inštitúcií a organizácií, skrakovanie robí komunikácie pružnejšou a dochádza k úspore času. To je dôvod prečo sa skratky ako EEA (European Economic Area), IGC (Intergover-

mental Conference) a EFTA (European Free Trade Association) stali pomerne často používanými v rámci EÚ. Skratky, samozrejme, nemajú primárne manipulatívnu funkciu, ale za pozornosť stojí fakt, že veľkú popularitu získali v totalitných (manipulatívnych) režimoch nacistického Nemecka sovietskeho Ruska. Skratky boli potom na pomerne dlhú dobu považované za negatívny jazykový jav. Slová ako gestapo, SS, agitprop, NEP, NKVD, samizdat, kolchoz, Kominternu a iné dali skratkám vo všeobecnosti negatívny náboj. George Orwell vysvetľuje (1991,202), že skratky eliminujú všetky možné konotácie s konkrétnym významom jednotlivých slov tvoriacich danú skratku. Kominternu teda evokuje iba jediná a konkrétnu organizáciu, presne definovanú doktrínu, zatiaľ čo pôvodná Komunistická internacionála asociovala viac celý obraz univerzálneho ľudského bratstva, červené vlajky, barikády, Karla Marxa a Parížsku komúnu. Z tohto pohľadu je možné pristupovať ku skratkám vo výučbe aj ako potenciálnej stratégii manipulácie, čo zároveň umožňuje študentom rozšíriť si slovnú zásobu ako aj všeobecno-vedomostný prehľad. Zároveň je možné kombinovať prezentáciu manipulatívneho potenciálu skratiek spolu s prehľadom bežne používaných skratiek vo formálnej i neformálnej komunikácii, na internete, v cestovnom ruchu a podobne.

8 Eurožargón

Eurospeak (eurožargón, eurolekt) môže byť za určitých podmienok tiež považovaný za zvláštny druh jazykovej manipulácie. Eurožargón je často tvorený kalkovaním z angličtiny alebo francúzštiny do iných úradných jazykov EÚ a Lenka Michelčíková (2015, 54-55) pochybuje, či sú tieto slová dostatočne presné, jednoznačné a zrozumiteľné. Existuje predpoklad, že terminológia EÚ bude získavať viac a viac medzinárodný charakter a preto nebude dostatočne zrozumiteľná. Roger Scruton je tiež kritický k jazyku, ktorý vytvorila a používa EÚ. Podľa neho (2005, 28-34) sú tieto pojmy viac nejednoznačné než objasňujúce. Hovorí, že podobne ako v orwellovskom newspeaku oficiálne tvrdenia poukazujú na stále väčšiu vedeckosť, vyspelosť alebo produktivitu bez toho, aby spresnili, aké miesto na spektre vedy, pokroku a produktivity bolo dosiahnuté, tak isto eurožargón sa stále zaoberá projektom stále užšej únie bez zastavenia a posúdenia, koľko únie sme dosiahli, alebo koľko únie je vôbec žiaduce. Musíme sa snažiť nie dodržiavať zákon, ale posilniť práva vo svetle spoločenského pokroku. Scruton pokračuje (tamtiež) a porovnáva eurožargón s newspeakom: komunistický newspeak opisuje svet boja, v ktorom sú sily pokroku neustále povzbudzované, aby zničili škodlivé izmy, ktoré ich ohrozujú: kapitalizmus, imperializmus a tak ďalej. Eurožargón podobným spôsobom zaplavuje svet vlastným druhom nebezpečných izmov ako abstraktných sil. V čele týchto tajomných izmov je rasizmus a xenofóbia. Možno nájsť viacero textov vydaných EÚ, vládami členských krajín EÚ alebo ich spriaznenými inštitúciami,

ktoré sú plné vágnosti, nelogických prehlásení, protichodných výrokov a môžu byť z hľadiska manipulatívneho jazyka analyzované na hodinách.

9 Záver

Voľba konkrétnych príkladov manipulatívneho jazyka vhodných pre výučbu závisí určite od rôznych faktorov: typu skupiny, úrovne osvojenia si jazyka, študijných potrieb a iných. V súčinnosti so zameriavaním sa primárne na spôsoby možnej jazykovej manipulácie môžu zvolené texty, videá a iné použité materiály fungovať aj v mnohých ďalších ohľadoch: sú nápomocné pri rozširovaní rozsahu vedomostí študentov a ich kritického myslenia.

Najmä v poslednej dobe si ľudia čoraz častejšie zvykajú na myšlienku absolútnej relativity aj v spoločenských a politicko-ekonomických oblastiach a začínajú ju brať ako samozrejmosť: nemôžem sa spoliehať na nikoho a nemôžem všetkému veriť. Noam Chomsky varuje (2003, 136), že ľudské bytosti sú síce jediným druhom s históriou, ale nie je až tak jasné, či majú aj budúcnosť. Odpoveď bude spočívať vo vyhliadkach hnutí s pevnými koreňmi medzi všetkými vrstvami obyvateľov a zameranými na hodnoty, ktoré sú v rámci existujúceho spoločenského a politického poriadku potlačené alebo odsunuté na okraj: komunita, solidarita, nezávislé myslenie, tvorivá práca pod dobrovoľnou kontrolou, skutočná demokratická účasť v najrôznejších oblastiach života a záujem o krehké životné prostredie, ktoré bude musieť udržať aj budúce generácie. Nacionalizmus, protekcionizmus a sebestačnosť získavajú negatívne konotácie, zatiaľ čo globalizácia, liberalizmus a deregulácia sú oslavované v súlade s príslovím, že stokrát opakovaná lož sa stáva pravdou.

V roku 2014 sme vykonali prieskum medzi študentmi bakalárskych humanitných odborov (Szabóová, 2015, 601-607) a dospeli k prekvapivým výsledkom, pokiaľ ide napríklad o vlastenectvo. Iba 67% respondentov definovalo vlastenectvo ako hrdosť a oddanosť k národu v pozitívnom slova zmysle. Až 18% respondentov neodpovedalo alebo nebolo schopných definovať vlastenectvo a 6% si vlastenectvo dokonca pomýlilo s radikálnym nacionalizmom a 8% poskytlo odpovede, ktoré nemohli byť ďalej klasifikované. Smutno-smiešne a nie celkom ojedinele dokonca niektorí respondenti nerozlišovali medzi patriotizmom a patriarchátom. Z celkového počtu respondentov len 32% sa považovalo za vlastencov, 27% nebolo schopných určiť, či sa cíti byť vlastencami a 8% respondentov vlastenectvo nejako podmieňovalo (som čiastočný vlastenec, v závislosti od okolností, podľa toho kedy a kde, vlastenectvo je opodstatnené ako pre koho a ako v čom, je opodstatnené len u politikov a podobne). Predpokladáme, že viditeľný dopad manipulatívneho a vágnosti jazyka je prítomný aj vo vyššie uvedených výsledkoch: buď ako nedostatočná znalosť alebo ako snaha nebyť útočný a správať sa konformným spôsobom v snahe byť ako ostatní.

Literatúra

CHOMSKY, N. 2013. Necessary illusions: thought control in democratic societies. House of Anansi Press Inc., Canada. ISBN 978-0887845741.

Inside the White House: Letters to the President. 2009. video zverejnené administratívou Bieleho Domu, 23.8.2016, dostupné online na: <<https://www.whitehouse.gov/video/Inside-the-White-House-Letters-to-the-President/>>

MACÚCHOVÁ, M. 2008. Orwell ako vizionár – newspeak a political correctness. In: Analytické sondy do textu 3, Banská Bystrica: UMB, s. 183-187. ISBN 978-80-8083-643-6.

MICHELČIKOVÁ, L. 2015. Jazyk legislatívnych textov inštitúcií EÚ. Nitra: UKF. ISBN 978-80-558-0757-7.

ONDROVÁ, D. 2006. Lingvisticko-rétorické prvky politického jazyka (prezentované na materiáloch “novej politiky” Tonyho Blaira). In: Interkultúrne dimenzie vo vyučovaní cudzích jazykov, Nitra: UKF, s. 118. ISBN 80-8094-026-6.

ORWELL, G. 1991. 1984. Praha: Naše vojsko. ISBN 80-206-0256-9.

SCRUTON, R. 2005. Eurospeak. Týždeň, vol.31, s. 28-34

SMATANÍK, A. 2014. Techniky mediálnej manipulácie. ZEM & VEK, vol.2/issue 1, s. 22-27

SZABÓOVÁ, M. 2015. Povedomie študentov o vlastnej stredoeurópskej identite. In: Střední Evropa včera a dnes: proměny koncepcí (jazyk – literatura – kultura – politika – filozofie), Brno: Galium, s. 601-607. ISBN 978-80-905336-7-7.

TIMSIT, S. 2010. Noam Chomsky - Top 10 media manipulation strategies. Pressenza: Top 10 media manipulation strategies, Paris, 23.8.2016, dostupné online na:

<http://theinternationalcoalition.blogspot.sk/2011/07/noam-chomsky-top-10-media-manipulation_08.html>.

ŽANTOVSKÝ, P. 2014. Rusko a česká media, In: Rusko včera, dnes a zíttra, Medias res, vol.2, str. 43. 978-80-87957-04-2.

Článok vznikol v rámci riešenia projektu KEGA č. 013UKF-4/2014: *Tvorba a implementácia inováčných modulov výučby anglického a ruského jazyka pre žurnalistov.*