

УДК [174:159.9]:[007:304:070]

КОМУНІКАТИВНІ Й ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ З ВИКОРИСТАННЯМ ІНТРОФОРМАЦІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

Ольга Рак

*Львівський державний університет внутрішніх справ
вул. Городоцька, 26, Львів, 79007, Україна
e-mail: olarak@i.ua*

Статтю присвячено питанням етико-мовно-комунікативним й психологічним аспектам журналістської діяльності з використанням інтроформаційної взаємодії. Проаналізовано сутність літературного та психологічного впливу мови та мовленнєвої комунікації журналіста на реципієнта, запобігаючи негативним впливам у вирі потоку інформації. Запропоновано моделі комунікативного впливу журналіста на суспільство та негативний потік інформації у період інформаційної війни, що загрожує людській психологічній безпеці.

Ключові слова: журналістська діяльність, мова та мовлення, етико-мовно-комунікативний аспект, психологічний аспект, корекційний підхід, інтроформаційна взаємодія.

Постановка проблеми дослідження. Мова – це культурна ланка журналістської діяльності у засобах масової інформації (ЗМІ), в ній наявні інтелектуальні та культурні аспекти, етичні та національні мотиви, а це, насамперед, важлива складова, що включає в себе інформаційну національну безпеку [9; 17]. У мові повинна проявлятися елітність і словесна вишуканість журналістського твору (тексту), без цього суспільство деградуватиме і знижуватиме свій розумовий потенціал. Тому, сьогодні важливе завдання журналіста – подати інформацію з етичними та культурними підходами, когнітивно використовуючи психологічні знання впливу на свідомість людини [8; 10; 11].

На наш погляд, інформацію потрібно розглядати як нове мовленнєве знання, що передається від джерела (створювача адресата) до приймача інформації (реципієнта-споживача) з урахуванням психологічної стратегії розвитку впливу. Український вчений М. Сенченко зазначає, що «XXI століття визнано інформаційним століттям, і його девіз – інтелектуальна конкуренто-спроможність» [6, с. 13; 13, с. 3].

Інформатизація суспільства вимагає нових психологічних підходів до вивчення впливів інформації на різні види суспільних відносин, їх реалізацію, координацію діяльності, контроль над розумом та мисленням [6]. Суспільство і громадська думка – це важлива складова інформаційного сприймача, які мають свої потреби, зацікавлення, мотиви, що в процесі життєвого циклу здатні зазнавати характерних змін, а відповідно – вимагає постійних тестово-наукових досліджень. «Виражаючи і формуючи громадську думку, ЗМІ, з одного боку, акумулюють досвід і волю мільйонів, а з іншого – впливають не тільки на свідомість, а й на групові дії людей» [1; 6].

Відповідно до цього журналісти повинні реалізовувати свої виховні функції і демонструвати позитивні зразки вербально-невербальної та формально-неформальної культури, спрямовані на формування демократичної політико-національно-державницької культури, яка характеризується цивілізованим діалогом в процесі функціонування усіх сфер суспільного життя, об'єднаних інформаційно-комунікаційною сферою суспільства. Ця проблема є особливо актуальною сьогодні для сучасної України, перед якою стоїть завдання консолідації поліетнічного й ідеологічно різноманітного українського суспільства в єдину політичну націю з високим рівнем національної свідомості [10; 12; 14].

Оскільки інформаційна діяльність ЗМІ буде і надалі незмінно розвиватися й поширюватися у вигляді інформаційного потоку, впливаючи на усі сторони життєдіяльності суспільства та держави, а тому основне завдання державотворення в інформаційно-комунікаційній сфері полягає в діяльності, яка б відповідала українським національним інтересам.

Як зазначав А. Москаленко, «завдання ЗМК створювати масові настрої та формувати суспільну думку з приводу тих чи інших ідей, створювати той спільний фон, який дозволить кожному громадянину зреалізувати своє «я» [5; 6], тому ідентифікація людини полягає у формуванні своєї свідомої позиції у своїй державі та світі в цілому.

Аналіз останніх досліджень виявив, що проблеми етики журналістської діяльності досліджують багато відомих філософів та письменників, таких як Арістотель, Платон, Г. Сковорода, І. Франко, М. Грушевський, Т. Шевченко тощо, які показували справжню змістовність, важливість культури слова і тексту, використовуючи мистецький культурно-етичний підхід до читача.

Із сучасних науковців, які розглядали етику журналістики, – це В. Здоровега, В. Іванов, В. Сердюк, А. Москаленко, В. Романець, В. Германов, Д. Корню та ін., які також досліджували професійну журналістську діяльність на основі етичних правил та засад.

Метою статті є розкриття сутності етико-мовно-комунікативних й психологічних аспектів журналістської діяльності у корегуванні суспільства з використанням інтроформаційної (несилової) взаємодії.

Предметом дослідження є журналістська діяльність у корекційних мовних проявах комунікативного зв'язку із суспільством з використанням етико-психологічних методів впливу на підсвідомість та поведінку окремого індивіда.

Виклад основного матеріалу. Глобальна інформатизація суспільства призводить до зростання ролі інформації й знань у житті людини. Сьогодні в Україні відбуваються кардинальні зміни суспільних функцій журналістської діяльності – подати не лише фактичну й достовірну інформацію, але й змогти формувати з виховним моментом людську психіку, розум та свідомість. Людина за своєю природою є контактною і чекає настановчої інформаційної програми, яка б спрямовувала в русло культурно-елітного й національно-мовного суспільства.

У процесі коригування журналістської діяльності з метою найповнішого врахування громадських інтересів та думки на першому місці має бути задоволення потреб аудиторії. Неправдива та дешева популярність інформаційного повідомлення призводить до швидкого краху [6].

Вчений В. Сердюк у науковій праці «Журналістська етика» вказує на головні чинники діяльності та відповідальності журналіста:

- інтенсифікація обміну оперативною інформацією, що характеризує технічний прогрес;



Рис. 1. Комунікативна модель впливу журналіста на суспільство

- журналістська діяльність повинна здійснюватись відповідно до законів демократичного суспільства;
- у своїй професійній діяльності журналіст повинен керуватися законами ринку [4; 6].

До вищезазначених варто додати такий чинник, як корегування суспільства [15] у руслі інтелектуального етичного національно-патріотичного мовного ідентифікатора, що допоможе зробити державу сильнішою шляхом інтроформаційної дії, без застосування фізичної сили.

Варто зазначити, що головна і надважлива функція журналіста – оперативне отримання та передача достовірної інформації до відповідної аудиторії. Саме оперативність, достовірність інформаційного повідомлення, вміння мовно-психологічно впливати, не нашкодивши психологічній безпеці людей, є визначником пріоритетності журналіста у суспільстві. Адже через етико-мовну поведінку можна інтроформаційно-психологічно впливати на розвиток та стратегію розумової діяльності реципієнта [8; 16].

Журналіст повинен стежити за мовою, мовленнєво-комунікативним процесом з використанням культурно-етичних засад подачі тексту до реципієнта. Це позитивний психологічний вплив на свідомість суспільства [3; 10].

Повчально і влучно Іван Огієнко писав у своїй праці «Українська культура» про важливість мови для народу та держави: «Мова – це наша національна ознака, в мові – наша культура, ступінь нашої свідомості. Мова – це форма нашого життя, життя культурного й національного, це форма національного організування. Мова – душа кожної національності, її святощі, її найцінніший скарб ... звичайно, не сама по собі мова, а мова, як певний орган культури, традиції. В мові – наша стара й нова культура, ознака нашого національного визнання. Мова – це не тільки простий символ розуміння, бо вона витворюється в певній культурі, в певній традиції. В такому разі мова – це найясніший вираз нашої пси-

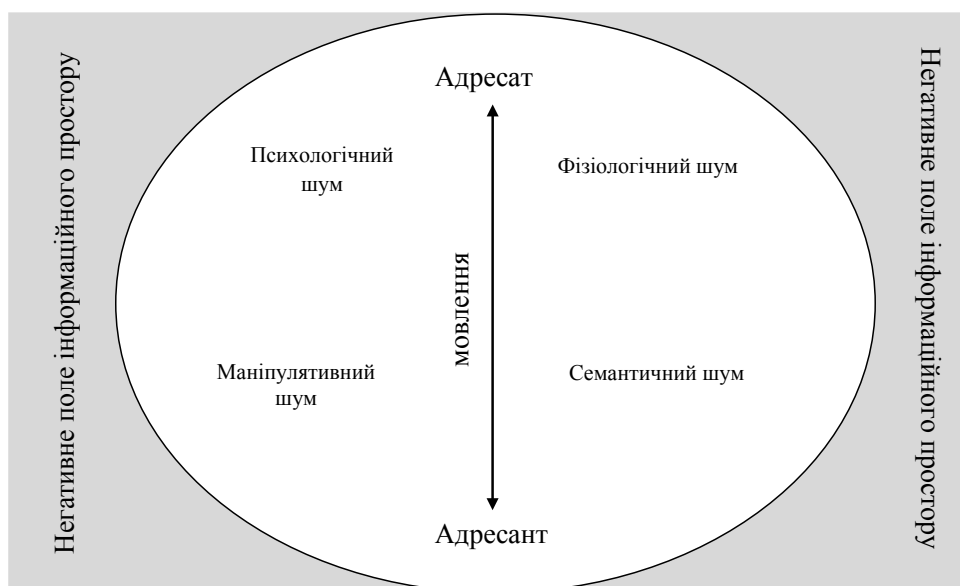


Рис. 2. Модель негативного впливу мовлення в інформаційному просторі та мовленнєвий взаємозв'язок адресата з адресантом під час інформаційної війни

хики, це найперша сторожа нашого психичного я... І поки живе мова – житиме й народ, яко національність. Не стане мови – не стане національності: вона геть розпорушиться поміж дужчим народом...» [8]. Це сьогодні актуальне і водночас болюче питання. Журналісти повинні словом спрямовувати свідомість кожного регіону нашої держави в україномовний національний напрям мислення.

Журналістська робота полягає не тільки в поінформованості суспільства, але й в умінні спрямовувати, корегувати людський розум та підсвідомість використовуючи комунікативну модель (рис. 1).

У період інформаційної війни [11], суспільство перебуває у певному хаосі – кому вірити, а кому ні. Адже різні канали ЗМІ показують, розповідають, пишуть по-різному, вводячи в оману людину, а відповідно загрожуючи її психологічній безпеці.

Щоб запобігти негативному впливу, необхідно налагодити у мовленнєво-комунікативному процесі безконфліктну взаємодію, перешкоджаючи маніпулятивним, психологічним, фізіологічним та семантичним шумам, створюючи естетичний колорит мови та мовлення, забезпечуючи чистоту, доцільність та змістовність інформаційного повідомлення (рис. 2).

Журналістська діяльність – це зв'язок мовної творчості, а тому завданням є поінформувати, показати, навчити, виховати суспільство, змусити людину мислити та аналізувати інформацію.

Кожна особистість відображається у комунікативному мовленні та поведінці, а через спілкування людина виявляє свій інтелектуальний рівень, культуру (вербально-невербальну, формальну й побутову), мовленнєву компетентність, а тому журналіст повинен психологічно й творчо працювати над поданням повідомлення [16; 17].

Мова ЗМІ повинна зумовлювати педагогічно-повчальний і інтелектуальний розвиток суспільства. Стратегія мовленнєвого психологічно-виховного впливу на адресанта повинна складатися з таких аспектів: зародження ідеї – мо-

тив – завдання – інтелектуальне бачення – науково-творчий корекційний підхід – психологічний вплив на довіру – комунікаційний взаємообмін – результат (відповіді та дії).

Динаміка розвитку журналістської діяльності повинна насамперед поступово впливати на індивіда (реципієнта), «не кидати» інформацію, не провівши психологічний аналіз тексту, а опрацьовувати з новим психологічним підходом. Журналіст повинен працювати на стратегію взаємореалізації, віддачі, обміну, результату, враховуючи психологічний стан аудиторії (вік, стать, соціальний статус); психолого-етично підходити до інформування, проникати у внутрішній світ людини, бо саме ці фактори відповідають за стан людської поведінки, свідомості тощо [2; 16].

Л. Виготський писав «Слово, яке позбавлене значення, не є слово. Воно є звуком порожнім, а відтак, значення є необхідною, констатуючою ознакою самого слова» [15, с. 22].

Знову ж таки вважаю за необхідне зазначити великі слова І. Огієнка про народ України: «Український народ – це той казковий велетень, що коли його рубали надвоє – то й сили ставало вдвоє, коли рубали його далі – то сила все росла та росла, все на ворогів з боєм йшла...» [7, с. 263].

Висновки. Проводячи аналіз журналістської діяльності в аспекті етико-психологічної реалізації в інформуванні суспільства можна зробити наступні підсумки та пропозиції:

Журналістська діяльність включає в себе не тільки подання достовірної інформації, але створення сприятливих психологічних умов для безпеки реципієнта.

Мова та комунікація мають особливе значення у творчій роботі журналіста, письменника, кожного, хто має зв'язок із словом, оскільки від цього залежить інтелект суспільства.

Професійна журналістська діяльність повинна вдосконалюватись на літературно-творчій та мовленнєво-комунікативній засадах, передбачати психологічні аспекти впливу інформації на людину задля її безпеки.

На сьогодні інформація як комунікативний процес розвитку мовлення передбачає використання етичних засад впливу задля психологічного інтроформційного (несилового) корегування реципієнта в культурно-національному напрямку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бік О. Психологічні аспекти впливів ЗМІ / О. Бік // Українська періодика: історія і сучасність : доповіді та повідомлення VII конференції / ЛНБ ім. В. Стефаника. – Львів, 2002. – С. 499–503.
2. Варій М. Й. Психологія : навч. посіб. / М. Й. Варій. – К., 2007. – 288 с.
3. Германов В. Г. Вплив засобів масової інформації на підсвідомість / В. Г. Германов. – К., 2003. – 20 с.
4. Іванов В. Ф. Журналістська етика : підручник / В. Ф. Іванов, В. Є. Сердюк. – К. : Вища шк., 2006. – 231 с.
5. Масова комунікація: [підручник] / А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Іванов, В. А. Вергун. – К. : Либідь, 1997. – 216 с.
6. Микитів, О.Ю. Менеджмент видавничої справи в умовах глобалізації (на прикладі України) : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій: 27.00.06 / О. Ю. Микитів. – К., 2011. – 215 с.

7. Огієнко І. Українська культура. Коротка історія культурного українського народу / І. Огієнко. – К., 1918. – 272 с.
8. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія : навч. посіб. / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К. : Академвидав, 2005. – 448 с.
9. Оцінка і комунікація : посіб. для студентів та аспірантів / уклад. Г. І. Приходько. – Вінниця : Нова Книга, 2013. – 168 с.
10. Рак О. Ю. Культурний феномен етичної соціалізації та інтроформаційної взаємодії у політичному середовищі / О. Ю. Рак // Вісник Одеського національного університету. Сер. Соціологія і політичні науки. – Одеса, 2013. – Т. 18. – Вип. 2 (18). – Ч. 3. – С. 80–87.
11. Рак О. Ю. Комунікативно-сугестивний вплив інформаційної війни на свідомість соціума інтроформаційними методами / О. Ю. Рак // Нова парадигма. – К. : Вид-во ім. М.П. Драгоманова. – Вип. 122. – 2014. – С. 182–195
12. Рак О. Ю. Управління інформацією у соціально-комунікативному середовищі / О. Ю. Рак // Психологія і суспільство. Український теоретико-методологічний соціогуманітарний часопис. Тернопільський національний економічний університет. – Тернопіль, 2014. – № 2 (56). – С. 66–72
13. Сенченко М. Соціальна інформація в глобальному інформаційному просторі / М. Сенченко // Вісник Книжкової палати. – 2008. – № 7. – С. 3–8.
14. Соціологія і психологія: Навч. посіб. / За ред. Ю.Ф. Пачковського. – К. : Каравелла, 2009. – 760 с.
15. Сууська О. О. Інформаційне поле особистості. Формування інформаційного вибору в умовах сучасного соціокультурного середовища : Монографія. – К. : ДАКККіМ. – 188 с.
16. Ходаківський Є. І. Психологія управління. Навч. посіб. / Є. І. Ходаківський, Ю. В. Богоявленська, Т. П. Грабар. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 608 с.
17. Яшенкова О.В. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб. для самостійної роботи студента / О. В. Яшенкова. – К. : ВЦ «Академія», 2011. – 304 с.

COMMUNICATIVE AND PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF JOURNALISM USING INTROFORMATSION INTERACTION

Olha Rak

Lviv State University of Internal Affairs

Gorodotska str. 26, 79007 Lviv, Ukraine

e-mail: olarak@i.ua

The article deals with ethical and linguistic-communicative and psychological aspects of journalism using introformatsion interaction.

The essence of literary and psychological impact of language and speech communication to the recipient journalist preventing adverse impacts in the vortex flow of information.

Models of communicative impact of the journalist in society and the negative impact of information during information warfare that threatens human psychological security.

Key words: journalistic activities, language and speech, ethical and linguistic-communicative aspect, psychological aspect, correctional approach introformatsion interaction.

ЕТИКО-МОВНО-КОМУНІКАТИВНІ Й ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ З ВИКОРИСТАННЯМ ІНТРОФОРМАЦІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

Ольга Рак

Львівський державний університет внутрішніх справ

вул. Городоцька, 26, Львів, 79007, Україна

e-mail: olarak@i.ua

Статья посвящена вопросам этико-культурно-коммуникативным и психологическим аспектам журналистской деятельности с использованием интроформационного взаимодействия.

Проанализированы сущность литературного и психологического воздействия языка и речевой коммуникации журналиста на реципиента предотвращая негативным воздействиям в водовороте потока информации.

Предложены модели коммуникативного воздействия журналиста на общество и негативное влияние информации в период информационной войны, что угрожает человеческой психологической безопасности.

Ключевые слова: журналистская деятельность, язык и речь, этико-культурно-коммуникативный аспект, психологический аспект, коррекционный подход, интроформационное взаимодействие.