

## Informácia alebo mystifikácia I.

Slovenské Národné Noviny; 27/2016; 09/07/2016; s.: 7; Annamária GENČIOVÁ ; Zaradenie: ZABUDNUTÁ HISTÓRIA

### JAZYK A DOROZUMIEVANIE SA

Tematika migračnej, prípadne utečeneckej krízy za posledné obdobie zaznamenala vysokú frekvenciu medializovania. Slovenské i zahraničné médiá pravidelne prinášajú nové informácie o tomto konflikte, ktorého aktuálnosť demonštruje dynamický pohyb prichádzajúcich skupín ľudí naprieč Európou.

Mediálne produkty s tematikou migračnej, príp. utečeneckej problematiky sú zamerané na informácie o príchode veľkého počtu ľudí na európsky kontinent, o ich (ne)schopnosti integrovať sa a o činoch, ktoré nekorešponujú s hodnotami európskych spoločností, ale aj o migračnej politike Európskej únie (alebo jednotlivých členských štátov) a iných problematikách. Aký je obraz reality, ktorý nám predostierajú? Je vždy skutočný a pravdivý, alebo dochádza k pozmeňovaniu informácií? Ide o informovanie alebo mystifikáciu? Zámer pri prezentovaní informácií môže byť rozličný, a to v závislosti od viacerých faktorov, napr. typ média, politická i náboženská ideológia, miesto a čas, v ktorom prebieha proces medializácie, ale aj objektivita a subjektivita konkrétneho média. S cieľom dosiahnuť stanovený zámer a v čitateľovi vyvolať očakávané reakcie, médiá používajú aj širokú škálu výrazových (jazykových) prostriedkov, ktoré sa podieľajú na dosiahnutí zámerov autorov. Jadro nášho záujmu predstavujú jazykové prostriedky, ktorých interpretácia je ovplyvnená kontextovými činiteľmi. V aktuálnom texte zo série príspevkov Informácia alebo mystifikácia upriamime pozornosť na hodnotiace výrazy, ktoré patria k najfrekventovanejším jazykovým výrazom v procese medializácie. Autori mediálnych komunikátov hodnotia postoje a stanoviská politických predstaviteľov, migračnú politiku jednotlivých štátov i väčších spoločností (napr. Európskej únie), spôsoby konania migrantov po príchode na európsky kontinent, ich správanie a postoje v styku s novými ľuďmi a kultúrami, islam ako vzájomne nezlučiteľné náboženstvo s kresťanstvom a iné stránky problematiky. Ide o pestrú škálu prídavných mien, ktoré sa aktivizujú v procese hodnotenia na vyvolanie pozitívnej či negatívnej reakcie. Recipienti, t. j. čitatelia, poslucháči a sledovatelia, hodnotia udalosti a fakty na základe informácií prezentovaných prostredníctvom médií. Uvádzame konkrétne príklady hodnotiacich výrazov z mediálnych produktov s tematikou migračnej, prípadne utečeneckej problematiky: strašné podmienky, nemysliteľné sa vrátiť domov, riskantná cesta, neuveriteľná príležitosť, nechutný incident a iné.

Všeobecne hodnotiace výrazy, ako napr. dobrý a zlý, predstavujú prvotnú orientáciu pri identifikácii zámeru autora mediálneho produktu. Do popredia vystupuje otázka, aký efekt majú na čitateľa uvedené výrazy. Samozrejme, prídavné meno dobrý evokuje v adresátovi pozitívne reakcie a adjektívum zlý negatívne reakcie. V takomto prípade je veľmi dôležité prizerať sa na kontext a rozpoznať zámer autora, t. j. s akým cieľom použil všeobecne hodnotiace výrazy. Je dôležité prihliadať na kontext a na základe neho vyvodzovať závery.

Annamária GENČIOVÁ, Katedra slovenského jazyka a komunikácie FF **UMB v Banskej Bystrici**