

## **Informácia či mystifikácia II.**

Slovenské Národné Noviny; 28/2016; 16/07/2016; s.: 7; Annamária GENČIOVÁ ; Zaradenie: REPORTÁŽ

### JAZYK A DOROZUMIEVANIE SA

Médiá ako sprostredkovatelia informácií o aktuálnych udalostiach doma i vo svete nám každodenne prinášajú nové poznatky z politických, kultúrnych, ekonomických a iných sfér spoločnosti. V procese medializácie dochádza v niektorých prípadoch k odklonu od prvotného významu informácie; mediálne produkty nie sú totožné so skutočnými udalosťami, a tomu médiá prispôsobujú aj svoj jazykový prejav.

Mediálne produkty, titulky, televízne diskusné relácie sú plné informácií o stúpajúcom počte migrantov, príp. utečencov v Európe. Dominuje tematika kritiky migračnej politiky nemeckej kancelárky A. Merkelovej, kolaps Schengenu, ochrana hraníc Európskej únie, prijímanie a odmietanie povinných kvót pre migrantov a iné témy, ktoré sú prezentované expresívne. Médiá používajú jazykové prostriedky, ktoré manipulatívne pôsobia na adresáta. Takéto jazykové prostriedky sa podieľajú na vytváraní iných predstáv o reálnych skutočnostiach, a tým dochádza k nepriamej manipulácii. Často sa používajú pojmy s negatívnym významom, ktoré sa podieľajú na stupňovaní konfliktnej situácie. Ide o pojmy (slová a slovné spojenia) ako migračná vlna, utečenecká kríza, prílev utečencov, peklo, pravá nočná mora, vojnová zóna, občianska vojna, hroziaci výbuch, časovaná bomba, veľké riziko, kriminalita migranta a iné. V prípade použitia slovného spojenia kriminalita migranta je potrebné uviesť nadväznosť na konkrétnu osobu, ktorá trestný čin spáchala. V mnohých mediálnych produktoch dochádza k prenosu znakov na základe podobností, súvislostí. Registrujeme vysokú úroveň používania synekdochy, pri ktorej dochádza k zámene časti za celok. V prípade medializovania migračnej problematiky najčastejšie dochádza k referovaniu o konkrétnej osobe, ktorá vykonala konkrétny čin, nestotožniteľný s právnym kultúrnym systémom spoločnosti, napr. vzhľadom na to, že väčšina prichádzajúcich ľudí vyznáva islam, teda náboženstvo, ktorého určitá časť hodnôt je protichodná s hodnotami kresťanstva, dochádza k celkovému odsúdeniu islamu. Cieľ je jednoznačný: zaujať, predať a získať dominantné postavenie na mediálnom trhu. A práve z tohto dôvodu dochádza k zveličovaniu a bagatelizovaniu informácií. Adresáti môžu nadobudnúť pocit, že situácia je veľmi kritická, ba až nezvládnuteľná, čo má za následok šírenie pocitu strachu. Vo väčšine prípadov nadpisy (titulky) mediálnych produktov môžeme označiť za provokačné a atakujúce čitateľa. Samotný text článkov je prispôbený tak, aby zaujal. Emočný apel na čitateľov sa dosahuje aj používaním expresívnejších výrazov. Ide o citovo zafarbené slová, ktoré majú záporné alebo kladné hodnotenie, prostredníctvom ktorých autori mediálnych komunikátov vyjadrujú svoje subjektívne postoje a názory k medializovanej problematike. Je zaujímavé sledovať, s akým zámerom autori siahajú po uvedených výrazoch a zároveň je potrebné nabádať prijímateľa k uplatňovaniu kritického myslenia a udalosti nehodnotiť iba na základe jedného zdroja.

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