

OVĽADANIE SPOLOČENSKÉHO VEDOMIA PROSTREDNÍCTVOM JAZYKOVÝCH A MIMOJAZYKOVÝCH PROSTRIEDKOV MÉDIÍ

Alexandra TICHVOŇOVÁ

Centrum jazykov a kultúr národnostných menšín, Ústav rusínskeho jazyka
a kultúry, Prešovská univerzita v Prešove, Prešov, Slovenská republika

ÚVOD

Ovládanie spoločenského vedomia jednotlivca sa v súčasnej pandemickej situácii vplyvom médií výrazne zjednodušilo. Kreovanie spoločenského vedomia prostredníctvom jazykových, ale aj mimojazykových prostriedkov je v hraničných situáciách jednoduchšie, pretože ľudia sú vystrašení a uveria aj hoaxom. Pandémia COVID 19 a strach spojený z choroby, straty práce a iných negatívnych konotácií do istej miery znižuje schopnosť racionálneho zmýšľania a preto je vedomie jednotlivca a následne aj spoločenské vedomie ľahko ovplyvniteľné aj jednoduchými jazykovými a mimojazykovými prostriedkami. Tieto prostriedky budú predmetom tohto príspevku.

Nekorektné manipulovanie spoločenského vedomia je problematikou, ktorá sa v súčasnej pandemickej situácii nekontrolovateľne šíri z rôznych typov médií. Masové média ku ktorým radíme tlač, rozhlas, televíziu, film a internet na človeka pôsobia denne, takmer zo všetkých strán. Moderný človek 21. storočia je v podstate neprestajne online a teda môže byť pod vplyvom médií neprestajne, ani si to neuvedomujúc. Rôzne smartfóny, inteligentné hodinky, tablety, laptopy, ktoré sú už takmer nevyhnutnosťou pre život v 21. storočí dokážu nenápadným spôsobom kreovať spoločenské vedomie daného národa. Obsah produkováný rôznymi médiami sa vďaka vymenovaným technickým výtvarným k ľudom dostáva veľmi rýchlo, môžeme povedať nepretržite. Sociálne siete, ktoré používa už väčšina populácie nám rovnomerne sprostredkujú množstvo informácií, ale aj veľa hoaxov. Extrémnym prípadom je šírenie poplašných správ, ktoré sú nepravdivé. Demonštráciou rôznych ukážok sa budeme snažiť charakterizovať do akej miery ovplyvňujú rôzne média jazykovými a mimojazykovými prostriedkami kolektívne vedomie ľudí na Slovensku.

ZMENY, KTORÉ PRINIESLA PANDÉMIA NA SLOVENSKU V JAZYKOVOM PREJAVE

Slovenská republika je už od r. 2020 sužovaná pandémiou, spôsobenou vírusovým ochorením COVID 19. Slováci teda skrz túto skutočnosť zaradili do centra slovnej zásoby slovenského jazyka lexémy, ktoré sa do toho času nachádzali prevažne v jej okrajovej časti, napr. respirátor, rúško, kvások, kváskovanie. Okrem toho sa dostali do centra slovnej zásoby slovenského jazyka aj neologizmy a internacionalizmy, ktoré sú tematicky spojené s pandémiou COVID 19, napr. blackout, lockdown, antigénový a PCR test ai. Tematický okruh slov, ktorý boli v roku 2020 najvyhľadávanejší, bol spojený so vzdelávaním, resp. dištančným vzdelávaním. Slovné spojenie dištančné vzdelávanie teda tiež môžeme zaradiť do centra slovnej zásoby od času prepuknutia pandémie. V kontexte témy vzdelávania môžeme spomenúť aj platformy, cez ktoré dištančné vzdelávanie prebiehalo, napr. EduPage, bezkriedy.sk, ZOOM a i., ktoré sa zaradili do centra slovnej zásoby žiakov a študentov základných, stredných a vysokých škôl. Tieto platformy sa implementovali nielen do jazykového prejavu, ale reálne sa využívajú na vyučovaní aj v súčasnej situácii. Prostredníctvom týchto platforiem môžu učitelia, žiaci, spolužiaci a rodičia komunikovať, posilať si informácie spojené s výučbou, vymieňať si učebné materiály, zadávať domáce úlohy, cvičenia, či pripravovať učebné pomôcky. Táto skutočnosť nám demonštruje ako sa predtým neznáme lexémy, niektoré prebraté aj z cudzieho jazyka (edu z ang. education - vzdelávanie, z ang. page - stránka), stali súčasťou centra slovnej zásoby a praktického života určitej skupiny ľudí (v tomto prípade ľudí, ktorí sa zaujímali o vzdelávanie a vzdelanie). Na základe uvedeného môžeme konštatovať, že nová situácia spojená s nutnosťou vyučovať v online rozhraní priniesla do jazyka nové lexémy, alebo sa lexémy z okraja slovnej zásoby dostali do jej centra. Nemožno teda pochybovať že zmeny v jazyku v dôsledku pandemickej situácie nastali. V súvislosti s týmto tvrdením môžeme predpokladať, že čím extrémnejšie situácie v živote ľudí na celospoločenskej úrovni nastanú, tým viac zmien prebehne aj v bežných, dovtedy stereotypných oblastiach ľudského života. A keďže vieme že jazyk je živý komunikačný nástroj, ktorý sa vyvíja v čase (forma jazyka ktorú používame dnes je iná, ako jazyk, ktorý používal napr. Bernolák v r. 1787), zmeny sa budú prirodzene dotýkať aj jazyka.

SPOLOČENSKÉ VEDOMIE A OVLÁDANIE SPOLOČENSKÉHO VEDOMIA

Človek vedomý je človek psychicky zdravý. Vieme, že vedomie sa u zdravého jedinca utvára zhruba okolo tretieho roku života. Žiaľ, ľudia, ktorí sú postihnutí určitým stupňom mentálneho postihnutia, či inak postihnutí

duševnými ochoreniami vedomie nemajú, resp. nie sú si vedomí ani seba samých, nie to skutočností, ktoré sa okolo nich dejú. Podľa Hartla a Hartlovej je vedomie najvyššia úroveň psychického odrazu skutočnosti vlastná iba človeku ako spoločensko-historickej bytosti, a môžeme ho vymedziť aj ako obsah mysle, ktorý si človek dokáže vybaviť. [4] Termín vedomie sa dá skúmať v rôznych oblastiach, napr. v medicíne, v psychológii, ale aj vo filozofii. Každá z náuk má o vedomí vytvorený vlastný komplex téz, výskumných metód, či predmetov výskumu pre danú náuku vlastný. Inými slovami povedané, každá zo spomínaných vied skúma vedomie z iného uhla pohľadu. V súvislosti s vedomím môžeme spájať myšlienky a pocity človeka, ktoré sám človek má, ktorých si je vedomý. V takom prípade môžeme hovoriť o individuálnom vedomí. „Individuálne vedomie je teda tvorené súborom všetkých skúseností jednotlivca, ktoré získal v ontogenéze jednak priamo, jednak prostredníctvom reči od ostatných členov spoločnosti. Tieto skúsenosti si človek uvedomuje a využíva vo svojej činnosti.“ [3] Okrem individuálneho vedomia človeka existuje aj spoločenské vedomie. Ak by sme chceli charakterizovať spoločenské vedomie na základe odvodenia z tézy o individuálnom vedomí môžeme povedať, že ide o vedomie istej society, ktoré je tvorené súborom určitej spoločnej skúsenosti. Kubáni charakterizuje spoločenské vedomie „ako odraz spoločenského bytia, ktorého subjektom je spoločnosť. Jadrom spoločenského vedomia sú vedomosti nahromadené ľudstvom, ktoré sú viac-menej zovšeobecnené“. [3] V súvislosti s tvrdením, že jadro spoločenského vedomia sú vedomosti nahromadené ľudstvom, ktoré sú do istej miery zovšeobecnené môžeme opäť nadviazať na pandemickú situáciu. Totižto od začiatku pandémie na Slovensku, teda od marca 2020, sa ľudia správajú ako keby dovtedajšie nahromadené vedomosti zabudli. Dovtedy zaužívané postupy a vzorce v správaní sa zmenili. Najskôr sa ľudia nesmeli stretávať, teda boli izolovaní od spoločenského života. Zatvorené boli kultúrne inštitúcie, kostoly, pracoviská, vzdelávacie inštitúcie. Spoločenský kontakt sa preniesol do online prostredia pre väčšinu obyvateľstva. Žiaľ, tí, ktorí nie sú technicky zdatní na túto situáciu doplatili najviac. Ide o starších obyvateľov, seniorov, ktorí sú zároveň najohrozenejšou skupinou-osoby s vyšším rizikom komplikácií v súvislosti s ochorením. Práve títo ostali bez sociálneho kontaktu, ktorí bol pre nich veľmi dôležitý. Napr. návšteva vnúčat raz do týždňa, účasť na bohoslužbe, stretnutie klubu seniorov. Sociálne kontakty boli prerušené, ľudia boli osamelí, vystrašení. Samozrejme, vystrašení boli takmer všetci bez ohľadu na vekovú kategóriu. Strach je mocným činiteľom v každej situácii, táto bola zdravie, dokonca aj život ohrozujúca. Niektorí z nás pandémiu prežívajú so strachom, dodržiavaním všetkých opatrení, iní sa tvária, že sa ich to netýka, nedbajú na dodržiavanie

opatrení. Medzi skupinami nastali nezhody, konflikty. Stalo sa to medzi členmi rodiny, priateľmi, či kolegami, alebo dokonca medzi úplne cudzími ľuďmi - napr. na sociálnych sieťach, v priamom kontakte v obchode, keď si človek zobral do košíka viac dezinfekčných mydiel ako jedno. Predstavme si situáciu, začne pandémie a ľudia ostanú doma, ale nezapnú TV, rádio, nebudú aktívni na sociálnych sieťach. V súčasnej dobe pre väčšinu jedincov nereálne. Avšak pokiaľ by človek ako jedinec dal „červenú“ všetkým týmto informačným a komunikačným kanálom, dozaista by bola atmosféra v spoločnosti priateľskejšia a vrúcnejšia. V súvislosti s týmto tvrdením si ozrejmime kľúčové pojmy, ktoré s danou situáciou súvisia. Ide o pojmy ovplyvňovanie, manipulovanie a dezinterpretovanie. S pojmom ovplyvňovanie sa stretávame denne, napr. v obchode, kde nás môže ovplyvniť nová vôňa aviváže, ktorú si kúpime, alebo v zamestnaní, kde sa nám zapáči farba kabelky kolegyne, ktorú sme dovtedy medzi obľúbené neradili. V podstate je ovplyvňovanie procesom „pôsobenia jedného alebo viacerých systémov (subjektu ovplyvňovania) na iný alebo iné systémy (objekt ovplyvňovania), ktorého výsledkom je vplyv alebo pri ktorom pohyb subjektu ovplyvňovania môže byť príčinou pohybu objektu ovplyvňovania. Pri ovplyvňovaní majú rozhodujúcu úlohu vzťahy, ktoré má systém k svojmu okoliu, i vzťahy vnútri systému, pretože práve v rámci vzťahov vznikajú príčiny pohybov. Ovplyvňovanie je spojené s pôsobením síl ovplyvňujúceho systému na systém ovplyvňovaný. Ťažiskový význam má kvalita sily, ktorú ovplyvňujúci systém uplatňuje voči ovplyvňovanému systému. Jednotlivé ovplyvňujúce systémy disponujú silami rôznej kvality - od tých, ktorých účinok je u ovplyvňovaného systému nulový alebo zanedbateľný, až po také, ktorých účinok je zreteľný.“ [5] Tiež je potrebné spomenúť, že sa môže jednať o zámerné, alebo nezámerné ovplyvňovanie. Pre potreby tejto práce budeme pracovať s pojmom zámerné ovplyvňovanie, ktoré má buď textovú, alebo vizuálnu podobu, ktorého cieľom je vplyv a následná zmena, zväčša v názoroch jedinca a následne v názoroch spoločnosti. Uvedme si príklad. Prof. Krčméry bol očkovaný proti ochoreniu Covid 19 vôbec ako prvý človek na Slovensku. Avšak čo je na tom zaujímavé je fakt, že bol očkovaný v priamom prenose hlavných televíznych správ, dokonca v dátume 26.12.2020, teda v čase, kedy je sledovanosť výrazne vyššia z dôvodu toho, že tento deň pripadol na 2. sviatok vianočný. Ako vieme v súčasnosti je spoločnosť čo sa týka otázky očkovania rozdelená na 2 skupiny. Na tých, ktorí očkovanie otvorene podporujú a tých, ktorí sa v žiadnom prípade zaočkovať nechcú. Môžeme povedať, že aj očkovanie prof. Krčméryho v priamo prenose bol pokus o ovplyvnenie tých, ktorí o očkovaní pochybujú. Prof. sa dal zaočkovať a nemal žiadne vedľajšie účinky, vakcína je teda bezpečná, dajme sa zaočkovať aj my. Toto zrejme malo

byť výsledkom tejto očkovacej kampane, do ktorej neskôr zapojili aj iné známe osobnosti Slovenska. Avšak, ako vieme našli sa aj takí, ktorí otvorene celú túto kampaň bojkotovali s tvrdeniami, že prof. nedostal očkovaciu látku, ale čistú vodu. Ako vidíme pokus o ovplyvňovanie ľudí prostredníctvom očkovacej kampane zaočkovanými známymi osobnosťami nepriniesol plánovaný cieľ, nakoľko je v súčasnosti zaočkovaných menej ako 50% obyvateľstva na Slovensku.

Termín manipulácia predstavuje určitú sociálnu situáciu, vytvorenú zámerne, ktorej cieľom je ovplyvňovanie reakcie a správanie jedinca alebo dokonca istej sociálnej skupiny. Psychická manipulácia je systematické, cieľavedomé ovplyvňovanie správania, myslenia a citov iného človeka bez jeho vedomia a súhlasu. [9] Od začiatku pandémie sme si zvykli, že na televíznych obrazovkách, v tlači, na internetových stránkach, či v rádiu prijímame negatívne informácie. Myslenie človeka je nastavené na skutočnosť, že média poskytujú negatívne informácie. Čím negatívnejšia informácia, tým väčší novinový titulok. Čiže pravidelné, teda systematické ovplyvňovanie myslenia človeka nám napĺňa definíciu pojmu manipulácia. Média prevažne pretláčajú na prvé stránky, do prvých reportáží tie najexkluzívnejšie situácie, ktoré sa stali, resp. ich ako najexkluzívnejšie, alebo dôležitejšie vykresľujú. Tie sú zväčša negatívneho rázu. Na začiatok správ uverejníme počty mŕtvych, nakazených, krádež, politické aféry atď. Skutočne žijeme v dobe, v ktorej sa dejú len negatívne veci? Samozrejme, že nie. Len myslenie človeka je nastavené tak, že v podstate prijíma len negatívne informácie, ktoré sú mu podsúvané z každej strany. Ideálne ak ich média dávajú do popredia. Robia to efektívne, to čo je vpredu, pravidelne opakované si človek zapamätá, či chce, alebo nie. V tomto prípade platí, čím horšie, tým lepšie. Čím horšia správa dňa tým vyššia čitateľnosť, prekliky na stránku, alebo vyššia miera sledovanosti televízie.

JAZYKOVÉ A MIMOJAZYKOVÉ PROSTRIEDKY, KTORÉ OVPLYVŇUJÚ SPOLOČENSKÉ VEDOMIE ĽUDÍ NA SLOVENSKU

Vezmime si do úvahy skutočnosť, že v správach sa v pravidelnej periodicite objavujú tie isté ilustračné nemocničné zábery, ktorých konotácia je negatívna, nakoľko sa na záberoch objavuje väčšie množstvo chorých ľudí napojených na rôzne nemocničné prístroje o ktorých sa starajú ľudia-zdravotnícky personál v ochranných odevoch. Tieto zábery môžeme vidieť na televíznych obrazovkách v rámci pandémie nie len v čase kedy sú nemocnice plné chorých na COVID 19, ale aj v čase letných mesiacov, kedy bolo hospitalizovaných výrazne menšie množstvo ľudí s týmto ochorením. Z uvedeného môžeme konštatovať, že ilustračné zábery sú neaktuálne a cielene pôsobia na človeka negatívne. Ako

vieme, nielen obrázky, ale aj slová môžu zmeniť a ovplyvniť myslenie ľudí a ovplyvniť ich náladu, možno aj rozhodovanie. Napr. výskum Newberga a Waldmana uvádza informáciu, že *jediné slovo má moc ovplyvniť prejav génov, ktoré regulujú váš fyzický a emocionálny stres*. Je dokonca dokázané, že len krátky pohľad na napísané slovo *nie* dokáže uvoľniť hormóny, ktoré produkujú stres a neurotransmitery. V dôsledku toho, dochádza k prerušeniu normálneho fungovania mozgu, čím sa naruší sa logické uvažovanie, spracovanie jazyka a komunikácia. Je teda možné, že negatívne slová a teda aj podnety s negatívnou konotáciou dokážu v mozgu narušiť štruktúry, ktoré regulujú našu pamäť, pocity a emócie, ale narušiť aj spánok či chuť do jedla. [7]

Mediálne masírovanie našich mozgov je také intenzívne, že ako spoločnosť už nemáme ani záujem prijímať pozitívne informácie. Ako to môžeme dokázať? Jednoducho, pozrime sa na 2 internetové články denníka SME. Prvý článok s názvom *V Európe je ich do sto, v košickej zoo sa narodil ostnatý Hugo*, [1] nám poskytuje informáciu, že v košickej zoo sa vôbec po prvý krát narodilo mláďa urzona stromového. Vecný článok, doplnený roztomilými obrázkami tohto živočicha, ktorého obsah je pozitívny. Na druhej strane máme internetový článok s názvom *Koľko ľudí zomrelo po očkovaní? ŠUKL vedie dve štatistiky úmrtí*, [2] ktorého obsah je jednoznačne menej pozitívny, ako obsah prvého článku. Prvý článok obsahovo informuje o narodení, druhý o úmrtí. Môžeme povedať, že sú obsahovo v opozícii. Samozrejme, nemôže porovnávať človeka so zvieratom, ide o to, že článok s pozitívnym obsahom nemá v sekcii diskusia uvedený ani jeden jediný komentár. Oproti tomu, článok spojený s očkovaním má v sekcii komentáre uvedených až 123 komentárov. Prečo ľudia nemajú dôvod komentovať pozitívne udalosti, ale zámerne sa zaoberajú tými negatívnymi? Človek vo svojej podstate by mal chcieť byť šťastný a zaoberať sa pozitívnymi a radostnými situáciami, ktoré život prináša, žiaľ, v súčasnosti sa človek vedome zaoberá negatívnymi záležitosťami, ktoré mu prinášajú pocity hnevu, psychickej nepohody a iných negatívnych pocitov.

Pozrime sa teraz na reálne situácie s ktorými sa stretávame na sociálnych sieťach. Ako užívateľ facebooku sa prihlásim a prvé čo na nástenke vidím je titulok nového internetového časopisu *Nový čas pre ženy Útok na Mullerovú pre fotku bez mejkapu: Je príšerná pôsobí strašidelne!* [8] Ak názov článku obsahuje slová, alebo slovné spojenia ako útok, je príšerná, či je strašidelná, tak to v čitateľovi môže vyvolať len negatívne konotácie. Prečo by sme chceli takýto článok čítať? Na sociálnej sieti stránky časopisu nachádzame pod týmto článkom 128 komentárov, pod článkom na webe v sekcii diskusia 17 komentárov. Na druhej strane nachádzame v redakcii toho istého internetového časopisu článok s názvom *Slepačí vývar ako od babičky: Ak je jeho chuť mdlá, pridajte do vody 1 vec*,

získa úžasnú arómu. [6] Na sociálnej sieti nie je k tomuto článku žiaden komentár, rovnako ako na webe v sekcii diskusia. Opäť si môžeme skúsiť odpovedať na otázku, prečo ľudia radšej prijímajú informácie, ktoré sú negatívne a majú potrebu ich komentovať, ako informáciu neutrálneho charakteru, ktorá nás informuje o tom, ako zlepšiť chuť daného jedla. Veď táto téma vytvára živnejšiu pôdu pre komentovanie, napr. od žien - domácich kuchárov, ktoré by sa mohli podeliť o svoj vlastný tajný recept, ako pre komentovanie toho, či niekto vyzerá strašidelne, príšerne atď. Opäť aj na tomto príklade vidíme, že ľudia sa radšej budú zaoberať negatívnymi záležitosťami, ako by mohli napr. niekomu pomôcť dobre mienenou radou. Veď ako druh sme bolo stvorení na život v spoločenstve a vo vzájomnej spolupráci. Každý z nás vykoná nejaký nazvime to zlý skutok. Principiálne to ospravedlníme tým, že nie sme zlí ľudia, keďže tento zlý skutok vyvážíme nejakým dobrým skutkom. Avšak, čo sa stane, že každý zlý skutok budeme ospravedlňovať dobrým skutkom? Napr. niekomu zámerne ublížim svojimi rečami, ale ospravedlním si to (sebe samému), že som ráno zastavil na prechode a pustil staršiu pani cez prechod. Predstavme si, že takýmto spôsobom začneme uvažovať všetci. Vráťme sa na sociálne siete. Je normálne, že komentujeme cudzej osobe, ktorú vôbec nepoznáme jej vzhľad? Je normálne že reagujeme na osočovanie ľudí rovnakým spôsobom osočovaním? Komentovanie niektorých ľudí je dokonca za hranicou zákonov. Nenávistné komentáre sa stali súčasťou každodenného života dospelých, ale aj tínedžerov. Na internete predsa môže komentovať každý, dokonca skrytý za rúškom anonymity. Kauza očkování vz. neočkovaní. Prvé slovo, ktoré mi môže napadnúť, že sme ovce. Ktorí? Tí, ktorí sú zaočkovaní sú ovce, lebo sa očkujú? Alebo sú to tí, ktorí očkovanie odmietajú? To je jedno, hlavne že niekoho budeme haniť. Opäť sa pridriavame hesla čím horšie, tým lepšie.

ZÁVER

Zamyslime sa na chvíľu. Nemôže človeka ovplyvňovať k podnecovaniu negatívnych komentárov, alebo aj výrokov napr. negatívna konotácia už v názve článku? Alebo napr. púšťanie tých istých ilustračných záberov, ktoré sú jednak neaktuálne a jednak negatívne pôsobiace v kombinácii s frekventovanou periodicitou reklám opakujúcich aby sme sa dali zaočkovať, je skôr negatívnym pôsobením na človeka s cieľom vyhnúť sa želanému efektu, teda dať sa zaočkovať. Všetky tieto skutočnosti, ale aj mnoho iných, ktoré nám neustále predkladajú média formujú mienku našej spoločnosti, či si to chceme, alebo nechceme priznať. Média poskytli obrovský priestor a prostriedky pre ovplyvňovanie a manipuláciu spoločenského vedomia, samozrejme, nie len u nás

na Slovensku. Vhodne zvolenými jazykovými prostriedkami a mimojazykovými prostriedkami nás dokážu média ovplyvniť a následne sa podľa určitého vzorca začneme správať. Efektívne na nás pôsobia negatívne správy, ideálne katastrofického rázu, ktoré okamžite vzbudia náš záujem. Prvotný cieľ média je jasný - siahnuť po ňom aj „nabudúce“. Čo to znamená? Aj zajtra, pozajtra, popozajtra si pozriem správy, aby som vedel koľko ľudí zomrelo. Nepozriem si správy zajtra, pozajtra a popozajtra, aby som vedel koľko ľudí sa uzdravilo. To ma nezaujíma. Prečo? Pretože človek žijúci v 21. storočí má zrejme niekde v hlave zakódovanú informáciu, že sa máme zle a budeme sa mať zle. Zlo pre človeka moderného znamená jedinú istotu, ktorá tu bude dnes, zajtra a popozajtra. V konečnom dôsledku je zlo práve to, čo predáva a čo ľudí zaujíma.

SUMMARY

Let's think about it for a moment. It cannot influence a person to provoke negative comments or even statements, e.g., negative connotation already in the title of the article? Or, for example, the release of the same illustrations, which are both out of date and negative in combination with the frequent periodicity of advertisements repeating so that we can be vaccinated, is rather a negative effect on a person to avoid the desired effect, i.e., to be vaccinated. All these facts, but also many others that are constantly presented to us by the media, shape the opinion of our company, whether we want it or not. The media provided a huge space and means for influencing and manipulating social consciousness, of course, not only in Slovakia. The media can influence us with appropriately chosen language and non-language means, and then we will start to behave according to a certain pattern. We are effectively affected by negative news, ideally of a catastrophic nature, which immediately arouses our interest. The primary goal of the media is clear - to reach for it "next time". What does it mean? I will look at the news tomorrow, the day after tomorrow, the day after tomorrow to see how many people have died. I won't look at the news tomorrow, the day after tomorrow and the day after tomorrow to know how many people have recovered. I don't care. Why? Because a person living in the 21st century seems to have information encoded somewhere in his head that we are bad, and we will be bad. Evil for the modern man means the only certainty that will be here today, tomorrow and the day after tomorrow. Ultimately, evil is exactly what it sells and what people interest.

REFERENCES

1. GÉCZIOVÁ, K. *V Európe je ich do sto, v košickej zoo sa narodil ostnatý Hugo.* [online]. SME. [2021-05-09]. Dostupné z: <https://kosice.korzar.sme.sk/-c/22655719/v-europe-ich-nie-je-ani-sto-v-zoo-kosice-sa-narodil-ostnaty-hugo.html>
2. KREMPASKÝ, J., 09.07.2021 *Koľko ľudí zomrelo po očkovaní? ŠUKL vedie dve štatistiky úmrtí.* [online]. SME Dostupné z: <https://domov.sme.sk/c/2269-8216/ockovanie-umrtia-vakcina-slovensko-statistika-sukl-koronavirus-covid.html>
3. KUBÁNI, V. 2010. *Všeobecná psychológia.* Prešov : Prešovská univerzita v Prešove, 2010. ISBN 9788055501727.
4. HARTL, P., Helena HARTLOVÁ, 2004. *Psychologický slovník .* Portál. ISBN 807178303X
5. PIAČEK, J. - KRAVČÍK, M. 2001. *FILIT : Otvorená filozofická encyklopédia, Verzia 3.0.* [online]. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, Fakulta matematiky, fyziky a informatiky, Katedra aplikovanej informatiky, 2001. [2021-10-15]. Dostupné z: <http://dai.fmph.uniba.sk/~filit/fil/fil.html>
6. MITRINGOVÁ, A *Slepačí vývar ako od babičky: Ak je jeho chuť mdlá, pridajte do vody 1 vec, získa úžasnú arómu.* [online]. Nový čas pre ženy . [2021-10-21]. Dostupné z: <https://casprezeny.pluska.sk/domacnost/slepaci-vyvar-ako-babicky-ak-je-jeho-chut-mdla-pridajte-vody-1-vec-ziska-uzasnu-aromu>
7. NEWBERG., A. - WALDMAN, M. R. 2014. *Words can change your brain.* Penguin group, 2014. ISBN 9780142196779.
8. NOVÁKOVÁ, A. *Útok na Mullerovú pre fotku bez mejkapu: Je príšerná pôsobí strašidelne!* [online]. Nový čas pre ženy. [2021-10-05]. Dostupné z: <https://casprezeny.pluska.sk/celebrity/utok-mullerovu-pre-fotku-bez-mejkapu-je-priserna-posobi-strasidelne/2>
9. VÝROST, J. - SLAMĚNÍK, I. 2008. *Sociální psychologie.* Grada, 2008. ISBN 8024714288.

CONTROL OF SOCIAL CONSCIOUSNESS THROUGH LINGUISTIC AND NONLINGUISTIC MEANS OF MEDIA

Alexandra TICHVOŇOVÁ, doctorand, Center for languages and cultures of national minorities, Institut of rusyn language and culture, Univeristy of Presov, Ul. 17. novembra, 15, 08001 Presov, Slovakia, alexandra.tichvono-va@smail.unipo.sk, 00421910727915

Abstract

The control of societal consciousness of the individual is greatly simplified in the current pandemic situation for the media. The creation of social consciousness through linguistic and non linguistic means is easier in borderline situations because people are frightened and believes hoax. Pandemic Covid 19 and fear associated with disease, loss of work and other negative connotations to some extent reduces the ability of rational thinking and is therefore conscious of the individual and then the sociative consciousness is easily influenced by simple linguistic and extra means. These means will be the subject of this post.

Keywords

Social consciousness, linguistic and nonlinguistic means, media