

УДК 81'42

Бормотова В. М.

група 6521м, Національний університет кораблебудування імені адмірала
Макарова (Миколаїв), bormotova.victoria@gmail.com

Дубова О. А.

д-р філол. наук, професор кафедри прикладної лінгвістики, Національний
університет кораблебудування імені адмірала Макарова (Миколаїв),
helen.evolucia@gmail.com

ІДЕНТИФІКАЦІЯ МАНІПУЛЯТИВНИХ ТЕКСТІВ

У статті досліджується поняття маніпуляції та ідентифікація типів маніпуляції в текстах новин на порталах електронних ЗМІ, які займають перші місця в «Рейтингу популярних сайтів за березень 2018» відповідно до рейтингу компанії TNS.

Ключові слова: маніпуляція, ідентифікація типів маніпуляції, електронні засоби масової інформації, оцінна інтерпретація, пропагандистські цілі.

The article presents the concept of manipulation and identification of types of manipulation in the news texts on the electronic mass media, which head the list in the «Popular sites rating in March 2018» according to the TNS rating.

Key words: manipulation, identification of types of manipulation, electronic mass media, judgment-based interpretation, propagandistic concerns.

Засоби масової інформації (ЗМІ) використовують у текстах прийоми пропагандистського маніпулювання з метою:

- приховування небажаної інформації;
- переконання в декларованих поглядах або ідеях;
- розповсюдження потрібної для певного кола осіб інформації.

Саме прийоми лінгвістичного маніпулювання дозволяють досягнути бажаних результатів при мінімальних затратах зусиль.

Пересічний громадянин стикається з суперечностями в інтерпретації однієї і тієї події, документа, особи або дії особи, які по-різному трактуються в різних джерелах інформації. Ці відмінності в оцінній інтерпретації можуть пояснюватися різними пропагандистськими цілями, які ставить автор / автори / власники ЗМІ.

Різниця в інтерпретації може бути пов'язана з тим, що інформація подається відповідно або невідповідно до об'єктивних фактів. Необ'єктивна інформація подається з метою формування в користувача інформацією певних поглядів, ставлення, а згодом і відповідних дій.

Тема маніпулятивних текстів активно досліджується в різних галузях сучасної науки. М. І. Бабюк у науковій праці «Соціальна маніпуляція» наголошує на тому, що маніпуляція перебуває в полі переплетіння багатьох соціальних стосунків, контактуючи з такими феноменами людського життя, як соціальне управління, співробітництво, суперництво тощо. Актуальною проблемою визначення сутності маніпуляції є те, що вона різна в різних підходах, крім того авторська позиція накладає свій суттєвий відбиток на визначення основного змісту поняття. У психологічній літературі головний акцент зроблено саме на міжособистісній маніпуляції, основна увага приділяється механізмам психічного впливу [1, с. 76-89]. У політології такий феномен розглядають у контексті подій, які відбуваються «тут і тепер», відповідно аналіз часто обмежується актуальною дійсністю. Г. В. Граčov у роботі «Маніпулювання особистістю» зробив висновок, що поняття «маніпуляції» використовують у таких значеннях:

- позначення специфічного загального підходу до соціальної взаємодії та управління, що передбачає активне використання різноманітних способів прихованого примусу людини;
- позначення специфічного виду психологічної взаємодії, до яких належать маніпуляції суспільною думкою та соціально – політичні маніпуляції;
- позначення певних організаційних форм застосування таємного примусу людини, для позначення яких можна використовувати такі поняття, як: маніпулятивні прийоми, маніпулятивні техніки, маніпулятивні технології [2, с. 167-178].

Г. Шилер у роботі «Маніпулятори свідомістю» розуміє під маніпуляцією мистецтво керувати поведінкою за допомогою цілеспрямованого впливу на психіку, на свідомість та інстинкти людини [5].

О. Самборська в роботі «Соціально-психологічні механізми переконуючого впливу» виокремлює такі ознаки маніпуляції:

- маніпулятивний вплив не усвідомлюється реципієнтом (ця ознака відрізняє маніпуляцію від таких видів впливу, як переконання та санкціонування, але є спільною для зараження та навіювання);
- низька можливість реципієнта критично аналізувати інформацію (відмінність від переконання та санкціонування, спільність із зараженням та навіюванням);
- обмежена свобода в прийнятті рішення (обмежена соціальна автономність) – ця ознака є спільною для всіх видів психологічного впливу, окрім переконання;
- визнання змісту впливу морально прийнятним (характерно тільки для маніпуляції);
- унеможливлення висловлення власної точки зору з боку людини, яка підпадає під вплив;
- початкова розбіжність точки зору реципієнта з позицією комунікатора (властива всім видам впливу) [4, с. 35].

Проаналізувавши профільну фахову літературу та дослідивши стан теми маніпулювання в ЗМІ, визначено мету статті, яка полягає у визначенні типів маніпуляції в текстах новин на порталах електронних ЗМІ, які займають перші

місця в «Рейтингу популярних сайтів за березень 2018» відповідно до рейтингу компанії TNS [8].

Серед найбільш поширених виділяємо такі прийоми лінгвістичної маніпуляції:

- «приклеювання чи навішування ярликів»;
- «гра в простонародність»;
- «перетасування»;
- «негативні групи віднесення»;
- «повторення шаблонних фраз чи закликів»;
- «просування через медіаторів»;
- «уявний вибір»;
- «дезінформація»;
- «буденна розповідь»;
- «емоційний вплив»;
- «ефект присутності»;
- «сендвіч» [3].

Найбільш частотними прийомами лінгвістичної маніпуляції є: прийом «навіювання» та «приклеювання чи навішування ярликів». За допомогою прийому «навіювання» інформація подається неправдивою, але викривленою в такий спосіб, що читачі переконані: їй можна довіряти. Цей прийом є компонентом соціальної комунікації, але може виступати як спеціально організований вид впливу, що припускає некритичне сприйняття повідомлюваної інформації на відміну від переконання. За методами реалізації прийом може бути прямим (команда, наказ, рекомендація, пропозиція) та непрямим (натяк, схвалення, осуд). Суть прийому «приклеювання або навішування ярликів» полягає у виборі образливої метонімії для характеристики людини, організації, ідеї, певного соціального явища з метою дискредитування особистості, соціальної групи чи предмета обговорення в очах аудиторії.

У тексті новин від 12.11.18 на порталі www.ukr.net «*Ми закликаємо всі сторони утриматися від будь-яких односторонніх дій, які можуть поглибити розкол і віддалитися від Мінських домовленостей*» маніпуляція використовується з метою переконання в правильності певних дій для уникнення більшого розколу. Засобом вираження маніпуляції виступає дієслово та словосполучення. Дієслово «*утриматися*» згідно з 11-томним академічним словником української мови [6] має значення «не відступати під натиском та триматися своєї позиції». Метонімічне словосполучення «*поглибити розкол*» та «*віддалитися від Мінських домовленостей*» використовується з метою посилення емоційного впливу подій, які можуть статися в результаті невиконання дій, до яких закликає автор у текстовому повідомленні.

Окрім названих вище, засобами реалізації маніпуляції текстах можуть бути суперечливе поєднання слів у словосполученні: слово з позитивною конотацією приєднується до імені (ПІБ) політичного діяча та має значення негативної маніпуляції. Наприклад, вживання такого словосполучення, як «*Коломойський – патріот України*» може розцінюватися як маніпулятивне, не зважаючи на те, що вираз «*патріот України*» має позитивну конотацію. У сполученні з іменем Ігоря Коломойського цей вираз втрачає позитивну та

набуває негативну конотацію у зв'язку з тим, що дії І. Коломойського не відповідають таким, що їх виконує справжній патріот України.

Також можуть вживатися слова, переважно дієслова та іменники, а також словосполучення стилю сленгу в новинах політичного характеру для реалізації такого прийому маніпуляції, як «приєднання» до аудиторії. Цей прийом дозволяє читачу зрозуміти, що автор – це «своя людина», і тому підвищується вірогідність того, що читач довірятиме фактам у текстовому повідомленні. Це такі слова та словосполучення, як от: *«ширяться чутки»*, *«fail state»*, *«злив у мережу»*.

Таким чином, для написання статті було проаналізовано 30 текстів новин. Основним засобом вираження маніпулювання в текстах є лексичний рівень мови. Подальше вивчення питання маніпуляції у тексті може бути поглиблено та деталізовано, адже з часом лексичні засоби вираження маніпуляції також можуть змінюватися відповідно до певних соціально-політичних реалій.

Список використаних джерел

1. Бабюк М. И. Социальная манипуляция: философский анализ. Москва, 2004. 126 с.
2. Грачев Г., Мельник И. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. Москва: РАН. Ин-т философии, 1999. 235 с.
3. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. Москва: ЧеРо, 1997. 344 с.
4. Самборська О. В. Соціально-психологічні механізми переконуючого впливу: дис. ... канд. психол. наук. Київ, 1997. 190 с.
5. Шилер Г. Манипуляторы сознанием. Москва: Мысль, 1980. 326 с.
6. Білодід І. К. Словник української мови: в 11 т. / за ред. І. К. Білодід (голова) та ін. Київ: Наукова думка, 1970–1980. Т. 4. URL: <http://sum.in.ua> (дата звернення 17.11.2018).
7. В ООН вважають фейковий «вибори» на Донбасі порушенням Конституції України і Мінських угод. *Цензор.НЕТ*. 12.11.2018. URL: https://censor.net.ua/news/3096528/v_oon_schitayut_feyikovy_e_vybory_na_donbass_e_narusheniem_konstitutsii_ukrainy_i_minskih_soglasheniyi. (дата звернення 12.11.18).
8. Рейтинг популярних сайтів за березень 2018. *TNS*. URL: <https://tns-ua.com/news/rejting-populyarnih-saytiv-za-berezen-2018> (дата звернення 25.10.18).