

**ЗАСОБИ МАНІПУЛЯЦІЇ СВІДОМІСТЮ
У ПРОФЕСІОНАЛЬНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ЖУРНАЛІСТА
(на матеріалі Інтернет-дискурсу)**

У статті здійснено теоретичне узагальнення та комплексний аналіз проблеми маніпуляції суспільною свідомістю у роботі сучасних українських журналістів, досліджено сутність та особливості маніпулятивного впливу журналістами на українську аудиторію на базі Інтернет-дискурсу.

Ключові слова: *Інтернет-дискурс, маніпуляція, сугестивний вплив, суспільна свідомість.*

В статье осуществлено теоретическое обобщение и комплексный анализ проблемы манипуляции общественным сознанием в работе современных украинских журналистов, исследована сущность и особенности манипуляционного влияния журналистами на украинскую аудиторию на базе Интернет-дискурса.

Ключевые слова: *Интернет-дискурс, манипуляция, сугестивное влияние, общественное сознание.*

The article makes a theoretical generalization and comprehensive analysis of the problem of manipulation of public opinion in work of modern Ukrainian journalists. It is investigated the nature and characteristics of manipulative influence of Ukrainian journalists audience which is based on Internet discourse.

Keywords: *Internet discourse, manipulation, suggestive influence, public consciousness.*

Сучасне суспільство характеризується надзвичайною політизованістю, наслідком чого є підвищений інтерес населення до мови засобів масової комунікації та до мовленневої поведінки як потужного каталізатора формування суспільної ідеології. Останнім часом звертається увага на проблему маніпуляції, яка яскраво проявляється саме в мові журналістів. Тематика мовної маніпуляції й мовленнєвого впливу широко представлена у дослідженнях російських мовознавців Л.А. Кисельова (1978), Є.Ф.Тарасова (1983), Є.Л. Доценка (1996) та ін. Зацікавленість цією проблемою виникла на тлі нового осмислення сутності мовленнєвого спілкування і більш гнучкого підходу до вивчення мови, який започаткував Ф. де Соссюр у своїх працях з дихотомії «lingua-parole». У світі зазначеної дихотомії, а також у світі сучасної теорії дискурсу актуальним стає дослідження висловлювання у контексті ситуації.

Сучасні політичні та суспільні процеси, які відбуваються в українському суспільстві, а саме у свідомості кожного громадянина, ще раз свідчать про те, наскільки сильним інструментом формування свідомості в нашій країні є технології маніпуляції суспільною думкою. Майже кожна людина в країні підтримує ту чи ту політичну силу, має власні смаки та погляди, але часом навіть не може пояснити, чому підтримує саме таку політичну ідеологію. Велику роль у даному процесі відіграє сьогодні Інтернет-мережа,

де за невелику кількість часу можна знайти будь-яку інформацію та новини з останніх подій країни та Світу. Саме тому вважаємо актуальним дослідження специфіки засобів маніпуляції, що використовують вітчизняні журналісти на просторах Інтернету.

Вивченням віртуального дискурсу займалися Н.Г. Асмус, О.Н. Вавілова, О.Н. Галчкіна, О.І. Горошко, А.Є. Жичкіна, Л.Ю. Иванов, Л.Ф. Компанцева, О.В. Лутовинова, С.Н. Михайлов, К.В. Овчарова, М.Ю. Сидоров, Ф.О. Смирнов, Г.Н. Трофимова, А.Б. Курузов, акцентуючи увагу на жанрових особливостях та лінгвістиці даного типу дискурсу. Дослідженням з теорії маніпуляції та сугестивного впливу як невід'ємної домінуючої складової комунікації у вітчизняному мовознавстві широко представлені у працях С.Г. Кара-Мурзи, Т.Ю. Ковалевської, Н.Ф. Непійводи, Г.Г. Почепцова, В.В. Різуна, І.Ю. Черепанової, С.В. Форманової. **Метою** нашої статті є аналіз засобів маніпуляції свідомістю у професійній діяльності вітчизняних журналістів на матеріалі Інтернет-дискурсу, виявлення специфічних та найбільш характерних рис ньому.

Мета зумовила розв'язання таких **завдань**:

- 1) проаналізувати найтипівіші риси сучасного українського журналістського Інтернет-дискурсу з лінгвістичної точки зору;
- 2) розкрити та описати природу найпопулярніших засобів маніпуляції суспільною свідомістю у віртуальному дискурсі;
- 3) з'ясувати особливості маніпулятивного впливу журналістами на українську аудиторію за допомогою Інтернет-дискурсу.

Соціальний та рольовий статус мовця яскраво проявляється в журналістському дискурсі. Взаємодія мови та Інтернету відбувається в межах соціально обумовленої комунікації. При цьому можна виділити два основних аспекти їхнього співвідношення:

- 1) мова обслуговує Інтернет-мережу, оскільки є основним її інструментом, тобто Світова мережа спирається на мовну систему і у такий спосіб відбувається спілкування;
- 2) віртуальна мережа здатна не лише впливати на людей за допомогою мови, але й здійснювати вплив на саму мову й змінювати системні відношення. Ми розглядатимемо специфічну здатність мови журналістів в системі Інтернет-дискурсу здійснювати вербальні маніпуляції за допомогою семантично нейтральних або, навпаки, стилістично забарвлених засобів, які закладені в системі мови.

О.Н. Галчкіна дефінує інтернет-комунікацію як складну комбінацію різних дискурсів, яка містить «ознаки всіх типів дискурсів, що не належать повністю до жодного типу»: передача особистої пошти (побутовий дискурс), офіційний обмін та пошук інформації (діловий дискурс), обговорення наукових питань у групі новин або конференцій (науковий дискурс), рекламні банери та сайти (реklamний дискурс)» [3: 10]. Вважаємо доцільним виділення журналістського інтренет-дискурсу, як одного із специфічних видів медіа-дискурсу.

Журналістський інтернет-дискурс відіграє важливу роль у створенні демократичного суспільства, де однією з головних засад є думка про свободу слова. Працюючи над власним мовленням, вітчизняні журналісти в Інтернет-мережах створюють певні технологічні прийоми маніпулятивного впливу на суспільство заради певних цілей та ідеологій.

С. Кара-Мурза зазначає: «Природа маніпуляції полягає в наявності подвійної дії — разом з відкритим повідомленням маніпулятор посиляє адресатові «закодований» сиг-

нал, сподіваючись на те, що цей сигнал розбудить у свідомості адресата образи, потрібні маніпуляторів. Ця прихована дія спирається на «неявне знання», яким володіє адресат, на його здатність створювати у своїй свідомості образи, що впливають на його відчуття, думки і поведінку. Мистецтво маніпуляції полягає в тому, щоб спрямувати процес уяви у потрібне русло, але так, щоб людина не помітила прихованої дії» [4]. Сьогодні одним із засобів здійснення політичного впливу є ЗМК. Але, слід зазначити, що сучасні засоби масової комунікації досить часто не подають об'єктивний матеріал, оскільки більша частина мас-медійного простору України працює на замовлення, представляючи інтереси тої чи тої політичної сили. Але, у той же час, сучасні українські ЗМК знаходяться під впливом радянських ідеологій і тому дуже часто працюють за заданими схемами, використовуючи як певні лексичні, так і стилістичні прийоми маніпуляції суспільною свідомістю.

Сучасний український Інтернет-дискурс ЗМК характеризується специфічною манерою викладу, причому мовно-стильові прийоми є основними категоріями процесу маніпуляції суспільною свідомістю. На думку В. Петренка, він «є неоднорідним, має свої ідеологічні відмінності, певну гаму відтінків — від чесних і благородних задумів до відвертого обману та маніпуляцій» [7]. Нав'язуючи суспільству певну дійсність, журналісти через Інтернет-дискурс нерідко створюють провокації національного значення.

Українським ЗМК з точки зору подачі матеріалу у вигляді Інтернет-дискурсу сьогодні не вистачає самостійності та об'єктивності, оскільки вони ще не достатньо сформувалися професійно. В українських мас-медіа інформативно-комунікативний код політичного дискурсу є іманентним, суперечливим, оскільки тут у постійному протистоянні перебувають приватний та громадський інтереси [5]. Своєрідним надзавданням інформативно-комунікативного коду такого дискурсу ЗМК України є вплив на свідомість аудиторії.

Маніпулятивний вплив журналістського Інтернет-дискурсу у багатьох випадках зорієнтований на вікові особливості, на морально-етичні цінності, які достатньо різняться між собою. Як правило, такі публікації спрямовані саме на молоде покоління, оскільки молодь більше користується Інтернет-мережами, ніж покоління людей зрілого віку.

Силевий потенціал маніпуляції Інтернет-публікацій сучасних українських журналістів залежить від багатьох чинників, одним із найважливіших з них є технологія впливу на почуттєву систему реципієнта, яка більше впливає на почуття та переживання суб'єкта, ніж на його розум та логіку. Великого значення у цьому відношенні відіграє «почуття натовпу», оскільки маніпуляція свідомістю спрацьовує значно більше в аудиторіях з великою кількістю людей - саме там, всередині певної соціальної групи, відбуваються найголовніші маніпулятивні процеси. Досвідченому представнику ЗМК достатньо глибоко вплинути на невелику кількість людей у певній аудиторії і механізм «здійснення маніпуляції на самих себе» буде автоматично запущено.

К.С. Серажим зазначає, що «маніпулятивний потенціал мови найкращим чином проявляється у політичних міфах та стереотипах, політичній рекламі та пропаганді, у функціонуванні засобів масової інформації та в публічному мовленні політичних діячів. Значні можливості мови як засобу маніпулятивного впливу на суспільну свідомість знаходять своє втілення у різноманітних політичних міфах та стереотипах» [8]. Звернемося до прийому «створення стереотипів», як однієї з основних сугестивних технік: *«Подібні*

ситуації, коли вкладники втрачають гроші, замість того, щоб отримати кредит, **непоодинокі**. На щастя, не всі вкладники кредитних спілок чи «псевдокредитних» беруться за зброю та захоплюють заручників, але від цього проблема не стає менш гострою» [1]. Стереотип у цьому прикладі спрямований на стійку асоціацію реципієнта, акцентуючи увагу на тому, що повторюється постійно, стало звичайним, загальноприйнятим і чого дотримуються, що наслідують у своїй діяльності. Допоміжними мовними засобами у наведених прикладах є вирази «**подібні ситуації**», «**непоодинокі**» - тобто ті, що відбуваються не вперше і не останній раз.

Значимо також, що великий маніпулятивний вплив на суспільну свідомість здійснюють найрізноманітніші мовні прийоми, зокрема логічна мовна аргументація (навіть, коли вона не відповідає дійсності) та асоціативні порівняння. Розглянемо приклади останнього засобу: «У ГПУ повідомили, що деякі кредитні спілки, наприклад КС «Християнська злагода» та КС «Надія» здійснювали свою діяльність одночасно в декількох областях: Львівській, Івано-Франківській, Рівненській, Волинській, Тернопільській, Чернівецькій, Хмельницькій та Житомирській. **Таким чином**, злочинна організація у складі 23 осіб впродовж часу своєї діяльності заволоділа коштами вкладників в сумі майже 100 млн грн» [1]. Завдяки подальшому роз'ясненню журналістом наслідків ситуації, маніпулятивний вплив набуває вагомішого сугестивного ефекту.

Мова журналіста на просторах Інтернет-комунікації сьогодні характеризується чітко вираженим суб'єктивізмом та власною оцінкою дійсності. «Комунікація стає адресною, діалогічною» [8] і набуває рис реального спілкування, яке характерне, наприклад, для добрих друзів, що не сліdkують за формою викладу думок, спілкуючись один з одним. Розглянемо цю тенденцію на прикладах: «**Так, у вівторок, 19 березня, коли опозиціонери чи то позасинали, чи то відлучилися до вбиральні, спікер Володимир Рибак швиденько відкрив ранкове пленарне засідання**» [9], «**Невідомі намагалися кинути у бік соратників Тимошенко пакети з субстанцією, яка нагадує екскременти. Постраждалих нібито немає, проте не перемикайтеся. Хтосьна, що нас очікує попереду**» [9]. Уїдливі вирази у прикладах володіють маніпулятивною силою, оскільки блокують свідоме та критичне сприйняття матеріалу через те, що увага концентрується саме на гумористичних та саркастичних відступах. За цих умов маніпуляція спрямована на підсвідомість людини.

Г.О. Осика, досліджуючи природу маніпуляції суспільною свідомістю за допомогою електронних технологій, зазначає: «для такого виду маніпулювання свідомістю властиві закритість, ілюзорність, невидимий механізм, психологічний вплив на підсвідомість людини, вплив на больові точки суспільної свідомості» [6]. Політичне маніпулювання суспільною свідомістю сьогодні у нашій державі не може обійтися без створення певних соціальних міфів, які активно використовуються політиками задля досягнення певної мети. Навіть, якщо соціальний міф є абсурдним та не відповідає дійсності, постійне застосування його відкладається у підсвідомості реципієнта і тим самим здійснює на нього певний психологічний вплив. Достатньо сильним прийомом впливу у цьому контексті виступає «прийом цитат», або «прецедентний текст» відомих суспільству діячів, які не завжди відповідають дійсності, оскільки факт їх виголошення неможливо довести, а реципієнти сприймають все тільки на віру. Ось, наприклад: «**Жінка-депутат від «Свободи» з шаленими очима ламає свої окуляри і б'є ними в обличчя свого колегу з**

Партії регіонів. Це – депутат Сех. За іронією долі вона – голова Комітету з боротьби зі стихійними лихами. Сама Сех – уособлення стихійного лиха в парламенті», — заявила Інна Богословська. Пізніше Нестор Шуфрич заявить, що його колега по фракції Артем Семенюк не застосував силу до пані Сех» [9], або ж «На сьогодні ми виконали ямковий ремонт трохи більше 500 тисяч кв. м. Це протяжністю 12 тис. км доріг. Звичайно, пріоритет надається дорогам державного значення і тим основним маршрутам, за якими найбільша інтенсивність автомобільного транспорту», — зазначив голова підрозділу «Укравтодору» Сергій Стельнякович [2]. На жаль, ніхто не може перевірити достовірність цих слів, оскільки немає фактичних даних і достовірного підтвердження, що ці слова дійсно були сказані саме так і у такій формі, але сугерент сприймає їх без критицизму.

У такий спосіб засоби маніпуляції свідомістю в Інтернет-дискурсі сучасних українських журналістів — це своєрідне типологічно, семантично та структурно складне явище в світовому інформаційному просторі. У країні, що тільки розвивається, такий вид політичної комунікації стає потужним каталізатором суспільних, політичних та культурних процесів. Піар-технології тої чи тої політичної сили використовують сьогодні безліч прийомів та засобів впливу на суспільство, надаючи перевагу тому чи іншому засобу згідно з власною ідеологією та моральними принципами. Сучасне українське суспільство ще представляє собою тотальний об'єкт нав'язування певної дійсності, як це було у Радянському Союзі, тому саме у нашій країні питання про масову маніпуляцію суспільної свідомості в Інтернет-дискурсі є одним з найактуальніших питань дослідження гуманітарних наук.

ЛІТЕРАТУРА

1. Архіпова О. Було, та за водою пішло – скільки грошей нажили кредитні спілку на українцях [Електронний ресурс] / О.Архіпова // Українські національні новини (UNN). – 2013. – 28 березня. – Режим доступу до статті: <http://www.unn.com.ua/uk/publication/1199091-bulo-ta-za-vodoyu-pishlo-skilki-groshey-nazhili-kreditni-spilku-na-ukrayintsyakh> .

2. Божко Ю. Дві українські біди: дороги, та ті, хто їх ремонтує [Електронний ресурс] / Ю. Божко // Українські національні новини (UNN). – 2013. – 26 березня. – Режим доступу до статті: <http://www.unn.com.ua/uk/publication/1198710-dvi-ukrayinski-bidi-dorogita-ti-khto-yikh-remontuye> .

3. Галичкіна, Е.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций): дис. канд. филол. наук / Е.Н. Галичкіна. – Астрахань, 2001. - 212с.

4. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием [Електронний ресурс] / С.Г. Кара-Мурза. — М., 2000. — Режим доступу до книги: http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul49.htm#hdr_72

5. Онуфрив С.Т. Політичний дискурс ЗМІ України у світовому інформаційному просторі [Електронний ресурс] / С.Т. Онуфрив. – Режим доступу до статті: <http://www.lib.ua-ru.net/inode/p-2/17715.html>

6. Осика Г.О. Електронні джерела політичного впливу: форми маніпулювання свідомістю та засоби їх обмеження [Електронний ресурс] / Г.О. Осика. – Режим доступу до статті: <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/351325.html>

7. Петренко В. В. Політична мова як засіб маніпулятивного впливу [Електронний ресурс] / В.В. Петренко. – Режим доступу до дисерт.: <http://disser.com.ua/content/44451.htm>
8. Серажим К.С. Сучасний український політичний дискурс [Електронний ресурс] / К.С. Серажим. – Режим доступу до статті: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1298>
9. Сердюк М. Рада не рада [Електронний ресурс] / М. Сердюк // Українські національні новини (UNN). – 2013. – 22 березня. – Режим доступу до статті: <http://www.unn.com.ua/uk/publication/1197778-rada-ne-rada>