

УДК 070:32.019.5:323.266(477+470+571)

В.В. Костюк, М.А. Галич, А.Ю. Ставицька

МАНІПУЛЯТИВНІ МЕТОДИ В ЗМІ: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ

Стаття присвячена явищам пропаганди та контрпропаганди як методам впливу на широку аудиторію через засоби масової інформації. Наведено типи маніпулятивних методів, прослідковано ставлення сучасних практиків журналістики в Україні до пропагандистських способів впливу. Подано аналіз методів пропаганди, контрпропаганди в матеріалах періодичної преси Радянського Союзу, що висвітлювала аварію на Чорнобильській атомній електростанції, та випусках новин на російських телеканалах, що демонстрували події в Криму в період перед так званім референдумом 16 березня 2014 р.

Ключові слова: пропаганда, контрпропаганда, маніпуляція, інформація, інформаційна війна, психологічний вплив, засоби масової інформації, Україна, Росія, аварія на ЧАЕС, Крим.

I. Вступ

У сучасній вітчизняній журналістиці дедалі частотнішим стало використання маніпулятивних засобів, які передбачають вплив на свідомість аудиторії й формування певного кута зору щодо визначеної ситуації. Такі способи подання інформації не є новими. Маніпуляція була і є складовою журналістських матеріалів. За нинішніх подій у країні російські ЗМІ інтенсивніше вдаються до використання пропаганди та контрпропаганди як одного із засобів маніпуляції.

Як зазначає Н. Бутенко, “пропаганда – метод психологічного впливу на населення за допомогою засобів масової інформації і комунікації, який виконує функцію ціннісної регуляції свідомості і ґрунтується на психологічних механізмах порівняння й оцінки” [4].

На думку О. Литвиненко, “контрпропаганда – це створення модифікованого інформаційного потоку з метою послаблення, а в ідеалі – повної ліквідації ефекту від пропаганди противника” [6].

Теоретичні внески в дослідження теми пропаганди зробили такі вчені: Н. Бутенко, О. Гриценко, О. Литвиненко, О. Манойло, О. Прасюк, Ю. Рубан. Проте тема пропаганди на сьогодні ще малодосліджена в Україні та Росії. Зокрема, недостатньо вивчений той бік пропаганди, який дає змогу поширювати серед громадськості такі позитивні настанови, як, наприклад, здоровий спосіб життя, національні ідеї, патріотизм тощо. Позитивна пропаганда активно функціонує в демократичних державах, вона сприяє культивуванню загальнолюдських гуманістичних цінностей. Негативна ж пропаганда сприяє приховуванню об'єктивної інформації, загостренню суперечностей у суспільстві. Її мета – поширити ворожнечу між певними групами людей, залякати їх, розповсюдити негативну (переважно неправдиву) інформацію щодо опонента, іншої країни або нації для формування відповідної суспільної думки. Така пропаганда спрямована на задоволення інтересів вузької групи лю-

дей (політичної, олігархічної чи кримінальної верхівки), і притаманна вона державам з тоталітарним устроєм.

Науковець О. Прасюк зазначає: “Друга половина ХХ ст. була надзвичайно багата на приклади психологічних операцій з маніпулювання свідомістю людей як під час збройної боротьби, так і в ході виборчої боротьби” [8]. Дослідник подає різні типи маніпулятивних методів (див. табл.).

Саме таку класифікацію маніпулятивних методів ми взяли за основу.

Актуальність нашого дослідження зумовлена необхідністю визначення ролі та місця пропаганди в суспільстві, що ґрунтується на аналізі матеріалів ЗМІ радянського періоду та початку ХХІ ст.

За надмірне використання маніпуляцій, що вводять суспільство в оману, ресурс “ТелеКритика” розмістив прізвища авторів таких матеріалів на інтерактивну “Дошку ганьби”. Як зазначено на згаданій сторінці, “Fame and Shame – це дошка ганьби для брехливих журналістів. Інформаційна війна Кремля проти України охопила багато російських і навіть українських медійників. Нехай місце на Дошці ганьби займають ті, хто свідомо змінив журналістику на пропаганду, систематично дезінформує громадян стосовно суті конфлікту Росії з Україною” [5]. На цій дошці ганьби вже є портрети Л. Добровольської, М. Колесникова, А. Даугуле, М. Симоньян та ін.

II. Постановка завдання

З огляду на напруженість подій у країні, медіафахівці та журналісти прискіпливо ставляться до висвітлення реалій сьогодення, вдаючись до історичних паралелей. Наприклад, Л. Романовичев у матеріалі “Сепаратизм на фоні Чернобыля” стверджує: “...в наш дом пришел новый Чернобыль. Его, понятно, никто не заметил (на то он и “мирный”, как говорится, почти “атом”), но он существует. И совсем незримо. Он кричит, голосит, стреляет, проливает кровь, а мы его упрямо не видим” [9].

Типи маніпулятивних методів (за О. Прасюком)

Назва методу	Сутність
Наклеювання ярликів	Бездоказове нав'язування суспільству негативних, з погляду більшості, оціночних категорій з метою компрометації кандидатів, партій, суспільно-політичних рухів на зразок "імперіаліст", "шовініст", "націоналіст" тощо
Гра красивими словами або чорна магія слів	Використання евфемізмів, епітетів, метафор та інших мовних тропів, що використовуються для надання значущості висловлюванням політиків або затушовування неприємної дії їхніх вчинків
Перенесення осуду й негативного образу	Засудження цільовою аудиторією осіб, їхніх дій чи ідей через демонстрацію тих, хто їх підтримує, але не користується популярністю й має низьку довіру
Суспільне несхвалення	Створення ілюзії несхвалення тих чи інших дій кандидата з боку широких верств населення. Здійснюється методом добору різних висловлювань груп впливу, представників різних верств населення, різних соціологічних опитувань тощо (технологія рейтингів, посилення на авторитети)
Імітаційна дезінформація	Внесення певних змін в агітацію конкурента, що надає їй іншого напрямку, знижує довіру до неї, створює негативний образ
Залюкування темою та повідомленнями	Контрпропаганда, використовуючи цей метод, має на меті подати подію чи людину як загрозу життю, безпеці та добробуту громадян, стійкості соціальної системи тощо
Псевдологічні висновки	Аудиторія робить неправильні висновки на основі отриманої інформації
Застосування контрасту	Добір тих чи інших фактів, образів, на основі яких оцінка певних елементів іміджу набуває необхідного відтінку

Тому метою статті є порівняння методів пропаганди, контрпропаганди в матеріалах періодичної преси Радянського Союзу, що висвітлювала аварію на Чорнобильській атомній електростанції, та випусках новин на російських телеканалах, що розкривали події в Криму в період перед так званим референдумом 16 березня 2014 р. 28 років розділяють між собою ці події. Сьогодні на політичній карті світу уже немає колишнього СРСР, однак методи пропаганди виявилися живучими й у наш час, зокрема в Росії.

Для аналізу ми обрали головний на той час друкований орган Комуністичної партії Радянського Союзу – газету "Правда". Із сучасних медіа – телеканали "Россия 1" і "Первый канал" за період з 23 лютого (початок сепаратистських подій у Севастополі) до 30 березня 2014 р. Вибір саме цих ЗМІ зумовлений рейтинговими показниками рекламного центру "БРЭНД МЕДИА", згідно з якими обидва канали посідають перші місця у глядачів Російської Федерації [7].

III. Результати

У ході розвідки ми виявили, що перші інформаційні повідомлення про аварію на ЧАЕС, що сталась 26 квітня 1986 р, з'явилися у пресі лише 30 квітня. Це були скупі офіційні повідомлення на 3–5 рядків під назвою "Від Ради Міністрів СРСР", у яких інформувалося про те, що сталась аварія й тривають роботи з її ліквідації. Жодного з фактів про збільшення рівня радіації в містах і селах країни чи рекомендації населенню про те, як треба діяти, у них не було. Керівництво держави маніпулювало інформацією, дозуючи її виклад. Саме тому владна верхівка Радянського Союзу на засіданні Оперативної групи Політбюро ЦК КПРС з питань, пов'язаних із ліквідацією наслідків аварії на Чорнобильській АЕС, 29 квітня 1986 р. визначила три типи текстів інформації про одні й ті самі події для різних кате-

горій аудиторії: для друку в СРСР, для керівників капіталістичних країн та для керівників країн соціалістичного табору [10]. У той час, коли населення потребувало чесної інформації про стан справ, газета "Правда" вдавалась до контрпропагандистських публікацій. Уже 4 травня 1986 р. був надрукований матеріал під назвою "Інцидент на ядерному полігоні в Неваді" (без вказівки автора). Поруч із ним розміщувалася замітка Ю. Харланова "Ще одна капітуляція". Обидва матеріали розповідають про ядерну промисловість США (ядерний вибух на полігоні штату Невада й підготовку до виробництва хімічної зброї). Автори названих публікацій вдаються до таких методів: залюкування темою й повідомленнями ("Черговий інцидент на ядерному полігоні", "обговорюється питання про початок виробництва у США хімічної зброї"); наклеювання ярликів ("провал у 1984 виник нібито "випадково").

У замітках газети "Правда" від 11 травня 1986 р. (№ 131) "Ганебне тріумфування", "Небезпеки немає" засуджується негативна оцінка американськими ЗМІ аварії на ЧАЕС. На противагу цьому подається заява прем'єр-міністра Бельгії В. Мартенса, який запевняє про відсутність радіаційної загрози для бельгійського народу. Матеріали видання "Правда" містили такі маніпулятивні методи: гра красивими словами ("відповідь американських ЗМІ була жадливою й ганебною"); застосування контрасту (апелювання до листа мешканця Вашингтона Роберта Фітцпатрика, надісланого до газети "Вашингтон пост" і до коментаря прем'єр-міністра Бельгії В. Мартенса).

У журналістському творі В. Большакова цього ж ЗМІ "Кому потрібна антирадянська кампанія у зв'язку з аварією на ЧАЕС" (13 травня 1986 р.) автор апелює до того, що в скрутний період країни-сусіди, замість надання допомоги, гріють руки на біді іншого. Матеріал подає критику західних ЗМІ, які,

на думку автора, вдаються до “психологічної війни” проти СРСР й інших соціалістичних країн. Кореспонденція містить такі методи пропаганди: наклеювання ярликів (“заборона імпорту продовольчих продуктів через радіацію, яка нібито підвищилась”); псевдологічні висновки (“аварія на ЧАЕС стала зручним приводом для певних політичних діячів, аби встановити ембарго на сільськогосподарську продукцію”); гра красивими словами (“борці з радіоактивними продуктами”); залякування темою й повідомленнями (“Головній небезпеці миру загрожують гігантські арсенали ядерної зброї”).

14 травня видання опублікувало матеріал під назвою “Злонамірена пропаганда”. У ньому йдеться про цілеспрямоване ведення “психологічної війни” проти СРСР, яка, на думку автора, виявляється в неправдивому показі зарубіжними ЗМІ стану справ на ЧАЕС. Для досягнення конкретної контрпропагандистської мети автор відбирає такі факти, які виправдовують дії керівництва країни, бо “...в північних районах Мексики впродовж тривалих періодів радіоактивність у 90 разів перевищувала нормальний рівень”. У матеріалі використані такі методи: наклеювання ярликів (“за політичними поглядами, дійсно ніякої небезпеки нема”); залякування темою та повідомленнями (“аварію на ЧАЕС використовують для нагнітання серед західнонімецького населення страху й істерії”); гра красивими словами (“злонамірене пропагандистське заворушення”, “психологічна війна”, “сміттєзвалище ядерних відходів”).

Контрпропагандистським є і матеріал “Приховують факти” (“Правда” № 143 від 22 травня 1986 р.), адже в ньому черговий інформаційний потік про те, наскільки ситуація в капіталістичних країнах гірша за радянську: “Впродовж 14 років правління США приховує дані, які говорять про те, що 39 американських АЕС побудовані за проектом, який не забезпечує захисту від витікання радіації у випадку “навіть незначної аварії”. Методи наклеювання ярликів (“керівники ядерної промисловості намагалися стверджувати, що нібито подібна аварія неможлива на американських АЕС”) та залякування темою й повідомленнями (“40 відсотків американських атомних станцій, захисна споруда яких може зруйнуватися і спричинити витікання радіації, навіть у випадку незначної аварії”) здатні впливати на людей, формуючи поведінку покірного режиму індивіда.

Такого самого типу матеріал “На брехливій хвилі” від 30 травня того ж року. Замість того, щоб подавати об’єктивну інформацію про рівень радіоактивного забруднення людей, територій, продуктів харчування та поради, наприклад, як мінімізувати вплив “мирного атома” на жителів, засуджуються радіостанції “Німецька хвиля” й “Голос Амери-

ки”, які інакше відображають події в СРСР. Автор В. Дробков щедрий на такі пропагандистські методи: чорна магія слів (“теми погойдуються на хвилях багатьох голосів”, “в ефір викинуто чергову порцію скарг”, “важко сказати, на яких простакив розраховані подібні твердження, що мають з істиною такий же віддалений зв’язок, як городня бузина з київським дядьком”); суспільне несхвалення (“між іншим, багато кореспондентів у своїх повідомленнях із місця подій наголошують, що перші передачі про тисячі жертв і паніку були брехнею”).

Для сучасних центральних російських каналів характерне викривлене відображення дійсності. Так, у програмі “Вести” (“Россия 1”) від 15 березня 2014 р. (сюжет “Мітинг опозиції”) [5] були використані такі методи: імітаційна дезінформація (автор каже, що “за фактом мітинг проводився не проти війни, а проти приєднання Криму”; показ прапорів анархістів, хоч закадровий голос називає їх бандерівцями); суспільне несхвалення (постійно згадується сам Бандера і його діяльність, хоча сюжет далеко не про нього); псевдологічні висновки (сказано, що на мітингу було всього 3 тис. людей).

На “Первом каналі” у програмі “Время” 18 березня 2014 р. [1] текст кореспондентів більше ніж половини випуску не містив жодного методу пропаганди (хоч було застосовано контрасти). У більшості структурних частин сюжету, що містять, крім перерахування фактів, їх оцінку (у формі інтерв’ю, цитат, відео- та аудіоматеріалів), подано думку лише однієї сторони.

З використаних цим випуском методів пропаганди найчастішими були такі: псевдологічні висновки, застосування контрасту, “гра красивими словами”. Ведучий і кореспонденти активно апелювали до почуттів патріотизму та схвалення при висвітленні подій, пов’язаних із так званим референдумом у Криму.

На каналі “Россия 1” 22 березня 2014 р. вийшов в ефір випуск програми “Вести” о 20:00 [2]; 35-хвилинне відео, що складається із сюжетів новин, розповідає про відділення Криму від України, приєднання його до Росії й наслідки цього кроку для відносин між двома країнами. Основну частину сюжету займає спілкування автора з О. Беловенцевим, уповноваженим представником Президента Російської Федерації в Кримському федеральному окрузі. Матеріал містить такі методи пропаганди: псевдологічні висновки (“Україна перекрыла повітряний простір” – ця новина подається в середині випуску як сенсація, хоча нічого сенсаційного в ній немає); гра красивими словами (“Крим – перлина Росії”, – саме цією фразою, а не конкретними соціально-економічними фактора-

ми О. Беловенцев пояснює переваги входу до складу Російської Федерації).

Через декілька сюжетів був показаний ще один, присвячений цій самій тематиці. Він увесь зітканий із пропагандистських та контрпропагандистських мотивів, завдання яких – відбілити агресивну політику Росії щодо анексії території сусідньої держави, адже це споконвічно їх землі, там нібито порушують права російськомовного населення та й керівництво України нелегітимне. До уваги не беруть ні історичні правові акти, ні положення Конституції України, ні результати соціологічних досліджень. Для ілюстрації бажаного цитують президента Аргентини, який порівнює суперечку на Фолклендських островах у 80-х рр. ХХ ст. із ситуацією в Криму (і подається це як підтримка світовою спільнотою дій Росії); у промові А. Яценюка англійською журналісти виявили помилку. Використання методу імітаційної дезінформації (“Конституційність його (А. Яценюка) перебування у владі настільки сумнівна, що сумнівними виявляються і його посилення на Конституцію в питанні про Крим”) допомагає авторам матеріалу уникнути відповіді на запитання про суперечність так званого референдуму Основному Закону України. Із цією самою метою автори вдаються і до відволікального маневру, акцентуючи увагу на помилці, яку допустив прем’єр-міністр України на зустрічі з Б. Обамою, цитуючи В. Черчилля. Однак, помилка у вживанні англійських дієслів ніяк не впливає на суть розмови А. Яценюка та американського президента.

Маніпуляції в сучасних ЗМІ, зокрема російських, спричинили виникнення на початку березня 2014 р. інтернет-проекту “Антипропаганда – аналіз випусків новин на федеральних каналах” [3]. Як зазначено на сторінці спільноти в соціальній мережі “ВКонтакте”, він полягає в “...аналізі випусків новин на федеральних каналах, відділяючи факти від пропаганди”. Цей ресурс став базою прикладів маніпуляції. Автор проекту – російський блогер М. Кац.

IV. Висновки

Отже, ЗМІ СРСР і Російської Федерації вдавалися і вдаються до різних методів пропаганди, прийомів маніпулювання свідомістю своєї аудиторії. Нині арсенал психологічного впливу ЗМІ на суспільство із часів Чорнобильської трагедії значно збільшився, і завдяки телекомунікаційному зв’язку та

Інтернету пропаганда потужніше впливає на аудиторію. Однак і через 28 років методи ведення інформаційних воєн у Росії не змінились, адже вони спрямовані на дезінформацію й залякування населення, пошук ворогів у своєму суспільстві та за кордоном. Сьогодні не лише українці, а й росіяни протистоять такій пропаганді, створюють відповідні спецпроекти, які доносять до громадськості правду про маніпулятивний вплив ЗМІ.

Дослідження може стати підґрунтям для розвитку теми використання маніпулятивних засобів вітчизняними та зарубіжними ЗМІ при висвітленні українсько-російських відносин наприкінці ХХ – початку ХХІ ст.

Список використаної літератури

1. Анализ вечерней новостной программы “Время” [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vk.com/net_propagande?w=page-68050351_46902172.
2. Анализ программы “Время” 22 марта 2014 р. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vk.com/page-68050351_46950528.
3. Антипропаганда – анализ выпусков новостей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vk.com/net_propagande.
4. Бутенко Н.Ю. Соціальна психологія в рекламі [Електронний ресурс] / Н.Ю. Бутенко. – Режим доступу: <http://www.readbook.com.ua/book/37/969/>.
5. Кто лжет про ситуацию Украина – Россия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fameandshame.telekritika.ua/>.
6. Литвиненко О.В. Спеціальні інформаційні операції та пропагандистські кампанії [Електронний ресурс] / О.В. Литвиненко. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/book/litv/index.htm>.
7. Первый конкурс “Медиабренд” [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mediabrand.me/>.
8. Прасюк О. Маніпулювання свідомістю виборців як комунікативна практика [Електронний ресурс] / О. Прасюк. – Режим доступу: http://jour. Inu. edu. ua/vypusk7/n9-2/tele-and_radio_journalism-9-2-22. pdf.
9. Романовичев Л. Сепаратизм на фоні Чорнобыля / Л. Романовичев // Запорозька Січ. – 2014. – № 90–92. – С. 7.
10. Ярошинская А.А. Чернобыль. Совершенно секретно / А. Ярошинская. – М. : Другие берега, 1992. – 576 с.

Стаття надійшла до редакції 05.05.2014.

Костюк В.В., Галич М.А., Ставицкая А.Ю. Манипулятивные методы в СМИ: история и современность

Статья посвящена явлениям пропаганды и контрпропаганды как методам влияния на широкую аудиторию через средства массовой информации. Представлены типы манипулятивных методов, исследовано отношение современных практиков в журналистике в Украине к пропагандистским способам влияния. Проанализированы методы пропаганды, контрпропаганды в материалах периодической печати Советского Союза, которые освещали

аварию на Чернобыльской атомной электростанции, и выпусках новостей на российских телеканалах, которые демонстрировали события в Крыму в период перед так называемым референдумом 16 марта 2014 г.

Ключевые слова: пропаганда, контрпропаганда, манипуляция, информация, информационная война, психологическое влияние, средства массовой информации, Украина, Россия, авария на ЧАЭС, Крым.

Kostiuk V., Galych M., Stavutc'ka A. Manipulative methods in media: history and present

Article is devoted the phenomena of propaganda and counterpropaganda, as to the methods of influence on a wide audience through mass medias. In the article present the types of manipulative methods, research attitude of modern practical of journalism in Ukraine to the propagandist methods of influence, activities new Ukrainian media like an answer on the manipulative influence native journalists on the public. Represent the analysis and comparison of methods of propaganda, counterpropaganda in materials of the periodic press of Soviet Union, which covered up a failure on Chernobyl nuclear power plant in 1986. For example, analyzed materials main print press communist party of Soviet Union – newspaper “Pravda”. This materials compared with video issues of news on the Russian TV channels “Rossiya1”, “Pervuy kanal”, which demonstrated events in Crimea in a period before the so-called referendum on March, 16 in 2014. Also in the article make a review of the Russian Internet-project “antypropaganda – analyze news issues on the federal channel”, which analyzed news issues russian tv about manipulative methods methods and receptions. In the conclusion part established that mass media of Union of Soviet Socialistic Republics and Russian Federation were succeeded and come running to the different methods of propaganda, receptions of manipulation of recipients consciousness. As well as 28 years ago, they and today lie and intimidate an audience, they are inhumanity as well. The arsenal of methods of psychological influence from times of the Chernobyl tragedy was considerably increased due to telecommunication connection and network the Internet all more powerful influence on society.

Research can become as basic for development of theme of the use of manipulative facilities modern domestic and foreign mass media, which cover up relations Ukraine-Russia.

Key words: propaganda, counterpropaganda, manipulation, information, informative war, psychological influence, mass medias, Ukraine, Russia, failure on CNPS, Crimea.