

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-10-74-43>

УДК 811.1/2

Перхач Р.-Ю.Т., Смирнова А.О.

Національний університет «Львівська політехніка»

МОВНІ ЗАСОБИ МАНІПУЛЯЦІЇ В ПРЕСІ: КОНТЕНТ-АНАЛІЗ

Анотація. Стаття призначена для визначення поняття маніпуляції як методу впливу на свідомість читача, його поведінку, емоційний та психологічний стан. Метою роботи є виявлення цілей маніпулятивного впливу та сутнісних ознак його використання в сучасних друкованих мас-медіа. Матеріалом дослідження стала вибірка статей різних українських та іншомовних друкованих видань. Для того, щоб визначити синтаксичні, стилістичні, морфологічні, лексико-семантичні засоби мовної реалізації маніпуляції довелося звернутись до методу контент-аналізу. Суть методу полягає в аналізі інформації, з метою виявити певні слова, поняття чи теми, а також дослідити наявність, значення та зв'язки між такими словами, поняттями та темами. В результаті проведеного аналізу відібраних статей було виявлено основні методи та прийоми, якими сучасні засоби масової інформації користуються задля впливу на свідомість населення.

Ключові слова: маніпуляція, засоби маніпуляції, вербальні технології, ЗМІ, контент-аналіз.

Perkhach Roksolana-Yustyna, Smyrnova Alona

Lviv Polytechnic National University

LINGUISTIC METHODS OF MANIPULATION IN PRESS: CONTENT ANALYSIS

Summary. This article is intended to define the concept of manipulation as a method of influencing the reader's mind, its behavior, emotional and psychological state. The purpose of this paper is to identify the goals of manipulative influences and the essential features of its usage in modern print media. The research material was a sample of the articles of different Ukrainian and foreign language publications. Special attention was paid to the method of content analysis as a detection method of manipulative influences. This method consists in analyzing information in order to identify certain words, concepts or topics and to investigate the availability, value of such words, concepts and topics and relationships between them. By using this method, the purposes of manipulative influence and the syntax, stylistic, morphological, lexical and semantic means of the linguistic realization of the manipulation were able to be determined. The manipulation of the mass consciousness is intended to demoralize the population, to discredit the authorities, to impose the ideology required by the ruling circles, to neutralize the critical thinking of the people, thus to suppress possible grievance or protests. As a result of the analysis of the selected Ukrainian and foreign language articles, basic methods and techniques, both verbal and non-verbal, which are used to influence the consciousness of the population by modern mass media, were revealed. Considering that manipulation technologies are being improved, the public should be more appealing to the social responsibility of the journalists themselves and to their professional and journalistic ethics. Journalists should try to refrain from making clear statements in favor of one side or the other, trying to balance each other and to avoid extreme assessments of real situations.

Keywords: manipulation, methods of manipulation, verbal technologies, mass media, content analysis.

Постановка проблеми. В сучасному суспільстві активно діє механізм маніпуляції людською свідомістю, яка знаходить свій вияв, насамперед, у засобах масової інформації. ЗМІ володіють неабияким запасом різних правил, методик, принципів створення повідомлень, які привертатимуть увагу та впливатимуть на свідомість читача. Мас-медіа не тільки розважають, але й мають чималий маніпулятивний потенціал, змінюючи наші сприйняття дійсності, установки, моделі поведінки. Поява Інтернету та соціальних мереж суттєво «допомогла» зацікавленим правлячим колам поширювати свої власні ідеї та використовувати інформацію задля переваги над супротивниками. Україна і світ зараз потерпають від інформаційної війни, тому потреба сортувати та аналізувати інформацію постає гостро як ніколи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Велика кількість науковців досліджували проблему маніпуляції. З них можна виокремити таких дослідників як Ш.В. Розенберг, Г.Г. Почепцов («Психологічні війни», «Як ведуться таємні війни. Психологічні операції в сучасному світі», 2000), С.Г. Кара-Мурза («Маніпуляція свідомістю», 2003). Ці вчені досліджували обставини,

процеси та психологічний аспект маніпуляції, ігноруючи вербальну тему. Щодо тих науковців, на яких ми посилаємось надалі, то варто назвати таких, як російського соціолога, політолога та публіциста С.Г. Кара-Мурзу, американського соціолога та медіа-критика Г. Шиллера, К. Кривцуна, який досліджував маніпулятивні методики в сучасних ЗМІ. В працях цих науковців є багато нового й оригінального стосовно маніпуляції в ЗМІ, але не береться до уваги глобальна мережа. Істотний внесок щодо впливу саме друкованих текстів зробили наступні вчені: французький лінгвіст Ж. Вандрієс, німецький філолог В. фон Гумбольдт, російські лінгвісти А.С. Бархударов, Н.В. Крушевський, німецький психолог В. Вундт, російський лінгвіст А.М. Пешковський, американський дослідник Е. Сепір, Ф. де Сосюр та багато інших. Всі ці праці заклали основи мовознавства. Враховуючи розвиток інформаційних технологій у XXI столітті стає нагальною потреба навчити комп'ютер розпізнавати вербальну маніпуляцію в текстах різних ЗМІ, але досі це відходить на другий план.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Сучасна освічена людина повинна вміти аналізувати інформацію, яку

вона отримує. Однак дедалі частіше друковані ЗМІ користуються шифруванням інформації з початковим порушенням мовної норми. Декодування такої інформації займає багато часу, а отже і час перебування читача під її впливом збільшується. Невирішеною частиною загальної проблеми досі є виокремлення ознак та засобів маніпуляції людською свідомістю.

Мета статті. Головною метою цієї статті є охарактеризувати та проаналізувати мовні засоби маніпуляції в українській та іншомовній пресі. Дана мета конкретизується у таких завданнях: розглянути теоретико-методологічну основу дослідження поняття «контент-аналізу», розкрити поняття маніпуляції масовою свідомістю та дослідити засоби її мовної реалізації, зробити вибірку статей з українських та іншомовних видань, виявити аспекти маніпуляції та розглянути можливість їх виявлення методом контент-аналізу.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні інформація стає дедалі важливішим елементом сучасного життя, так само як освіта, а спосіб взаємодії людей з інформацією значною мірою визначає рівень їх існування. Поряд із сферою освіти інформаційне поле визначає сфери праці та економіки та впливає на сферу державної політики. Маніпулювання інформацією та суспільною свідомістю в наш час стає механізмом програмування поведінки людей. Маніпулюючи людьми можна зруйнувати певні ідеї в їхній свідомості і на руїнах створити нові ідеї та принципи, наприклад нову ідеологію. Вчений В. Волков у своїй роботі «Petite Histoire de la désinformation» («Стисла історія дезінформації») писав, що маніпуляція інформацією схожа на дезінформацію. Він зазначив, що маніпуляція має три цілі: деморалізація нації шляхом дезінтеграції груп, що складають її; дискредитація чинної влади; нейтралізація мас для запобігання всіх форм спонтанної поведінки на користь встановлених правил і в певний момент мирним шляхом привести до влади невелику групу людей.

Інший дослідник Сергій Кара-Мурза у своїй книзі «Маніпуляція свідомістю» виділяє три основні риси маніпуляцій:

1. Маніпуляція – це різновид духовного та психологічного впливу, коли ціллю є дух і психологічна структура особистості.
2. Маніпуляція – це прихований вплив, факт якого об'єкт маніпуляції не повинен помічати.
3. Маніпулятивний вплив потребує значних навичок та знань спеціаліста.

Згідно з усіма цими дослідженнями, маніпулювання інформацією через засоби масової інформації спрямована на суспільство. На думку вчених, маніпуляція стає необхідною, коли держава зацікавлена в популяризації деяких ідей і намагається створити ідеологічну основу для обґрунтування певних заходів впливу. Таким чином, пропаганда призначена для досягання ідеологічних потреб держави і тих, хто на чолі держави.

З розвитком економіки та загальною комерціалізацією засобів масової інформації, інформація також стає товаром, тобто предметом торгівлі. Власникам ЗМІ доводиться робити її затребуваною, ігноруючи той факт, що засоби масової інформації – це, насамперед, соціальний інститут, а вже потім приватне підприємство.

Матеріалом даного дослідження слугували статті, здебільшого на політичну тематику, українських та іншомовних друкованих видань. Аналіз відібраного матеріалу дав можливість виявити та описати використані мовні засоби маніпуляції.

Як правило, для більш вдалого ефекту, маніпуляція має бути прихованою, щоб людина не помічала впливу на неї. Але засоби масової маніпуляції часто використовують і, так звані, прямі засоби маніпулювання. Сюди можна віднести заголовки і фотоматеріал. Оскільки заголовок це власне перше, що втрапляє в око читачу, на нього роблять особливий акцент. Часто використовуються гра слів, іноді навіть така, яка суперечить етиці журналіста. Заголовок має змучити читача прочитати всю статтю, тому його роблять ексцентричним, експресивним. Наприклад:

«Зеленський підписав закон, за яким нардепів будуть "карати гривнею" за прогули».

«"Хамство вищого ґатунку". Бородянський відреагував на образи від Коломойського».

«Саботаж, розкрадання, контрабанда: Гончарук дав місяць для наведення ладу на митницях».

«Brexit: Boris Johnson will push 'zombie parliament' into voting for election until they cave in, says Javid».

Засоби маніпуляції в заголовках можна ще поділити на вербальні і невербальні. Вербальні – застосування морфологічних, синтаксичних, лексичних, стилістичних прийомів. Графічні (розмір, колір букв, зміна шрифту, виділення окремих слів) та смислові прийоми належать до невербальних.

Засоби масової інформації орієнтуються не на конкретні групи населення, а на маси, тобто на звичайних пересічних громадян з нерозвинутим критичним мисленням. На сьогодні способів прихованої маніпуляції налічується безліч і всіма ефективно користується мас-медіа. Одним з них можна вважати структуру тексту. Текст має бути зрозумілим і легким до сприйняття, тому, як правило, він складається з простих речень і коротких слів. Основну інформацію, яку хочуть донести до адресата, розміщують в перших реченнях статті або часто в самому заголовку, щоб піймати читача, який бігає очима по заголовкам, на гачок.

«Євросоюз розглядає відтермінування Brexit до кінця січня».

«На Банковій відбулася зустріч з послами країн G7. За її підсумками Офіс президента зробив заяву щодо "ПриватБанку"».

Щоб визначити синтаксичні, стилістичні, морфологічні, лексико-семантичні засоби мовної реалізації маніпуляції слід звернутись до методу контент-аналізу. Суть методу полягає в кропінковому аналізуванні інформації, з метою виявити певні слова, поняття чи теми, а також дослідити наявність, значення та зв'язки між такими словами, поняттями та темами. Цей засіб можна охарактеризувати об'єктивністю та чіткою процедурою.

Аналізуючи статті найбільших та найвпливовіших українських видань, можна прослідкувати тенденцію подання реальної інформації через призму інтересів певних сил, соціальних чи політичних, за допомогою використання певних мовних виразів, зворотів, художніх прийомів. Поширеним явищем є вживання в тексті евфемізмів, щоб, так би мовити, пом'якшити повідомлення, замінивши евфемізмом вульгарні, неприйнятні, нецензурні слова. Таким чином, можна ввести

читача в оману щодо реального стану речей або повпливати на його сприйняття негативної новини. Наприклад, використання слова «інцидент» замість «вбивство», «бійка з застосуванням холодної зброї» – «різанина» «knife attacks/ stabbing/ incident» – «murder», «АТО» замість «війна».

«He then tried to stab her at least twice with two knives, the Metropolitan Police said in a statement».

«This was a truly shocking incident that could have easily had devastating consequences and I have no doubt that the intentions of this man were to seriously harm one of our colleagues,» said Chief Superintendent Simon Messinger».

«Конфлікт між трьома одеситами і чотирма іноземцями переріс у бійку із застосуванням холодної зброї».

Також часто можна помітити вживання дисфемізмів та пейоративні вирази, які є протилежними до евфемізмів і слугують навпаки задля вульгаризації тексту, шляхом заміни стилістично нейтрального слова. Цим прийомом часто зловживають російські засоби масової інформації, підмінюючи поняття стосовно України та українського народу. В результаті маємо «громадянська війна» замість «антитерористичної операції», «бандерівці / шовіністи / фашисти» замість «націоналістів» та ін.

«Оружие убер!»: Зеленский объяснил в Донбассе, что он не ...»

«Украина имеет 30-летний опыт по развалу своей страны и организации гражданской войны – так представитель МИД РФ Мария Захарова высмеяла слова главы украинского министерства обороны Андрея Загороднюка о том, что НАТО считает Киев полноценным партнером из-за «пятилетнего опыта войны с Россией».

«Одно неясно: о каком «успехе» идет речь? Политическом? Идеологи переворота-2014 и строители новой Украины разбежались в разные стороны».

Доволі часто в текстах ЗМІ зустрічаються і метафори, як ще один метод утримування уваги і, власне, маніпулювання. Політична метафора має чималий маніпулятивний потенціал і є способом потужного переконання.

Ще одним дієвим методом маніпулятивного впливу є мовна реалізація модальності. Модальність це мовна категорія, яка вказує не тільки на ставлення автора до висловлюваного, але й дає можливість проаналізувати його мету, цілі, психологічний та емоційний стан. Цим методом часто користуються і політичні лідери під час своїх промов, особливо під час дебатів, і мас-медіа. Засоби вираження модальності можуть бути як графічними (розмір, колір букв, шрифт, ін.) так і вербальними, які, в свою чергу, реалізуються за допомогою модальних дієслів. В англійській мові це дієслова «can/could», «need», «must», «should», «have to», «may/might», які виражають необхідність, можливість/неможливість, впевненість/невпевненість, гостру потребу та ін. В українській мові нараховується дуже багато модальників, наприклад, «мовляв», «по-моєму», «ясна річ», «погодьтесь», «буквально», «одним словом» та ін.

Аналізуючи різноманітні статті, зокрема такі, які містили цитування промов політичних лідерів, можна прослідкувати вживання чималої кількості модальних слів, наприклад «безумовно» та «кажуть». Якщо перше слово вживається для впливу на слухача з метою змусити останнього

повірити у сказане, то друге виконує одразу дві маніпулятивні функції, по-перше, додає більше ваги сказаному, по друге дистанціює мовця від сказаного, ніби він всього лиш передає якусь поширену інформацію а не висловлюється сам.

«Безперечно, це показник значно зростає після завершення ремонтної кампанії».

«Це, безумовно, позитивно позначиться на економіці теплопостачальної компанії "Київтеплоенерго"».

«As for other parliamentary business, we will have to wait and see what that is and will react to it at that time, but the most important issue is to get Brexit done».

Висновки та перспективи подальших досліджень. Люди, як правило, очікують якісної, істинної інформації від засобів масової інформації. Це пояснюється тим, що засоби масової інформації як соціальний інститут мають статус офіційного джерела інформації, якому довіряють. Але, фактично, матеріали ЗМІ не завжди є професійними. По-перше, через особисті пристрасті, погляди журналіста та його бажання висловити власну думку, а по-друге, через комерціалізацію засобів масової інформації. Оскільки інформація сьогодні стала продуктом торгівлі, основна мета сучасних ЗМІ – продати її якнайдорожче, а не донести достовірне повідомлення до своєї аудиторії. Дуже часто, спираючись на думку експертів, стаття містить часткову, однобічну оцінку події. Беручи до уваги, що технології маніпуляції також вдосконалюються, суспільство має більше апелювати до соціальної відповідальності самих журналістів та до дотримання ними професійної та журналістської етики. Журналісти повинні намагатися утримуватися від чітких тверджень на користь тієї чи іншої сторони, намагаючись дотримуватися рівноваги та уникати екстремальних оцінок реальних ситуацій.

В результаті проведеного дослідження можна виділити основні цілі маніпуляції та найчастотніші засоби їхньої мовної реалізації. Маніпуляція масовою свідомістю покликана деморалізувати населення, дискредитувати владу, нав'язати потрібну правлячим колам ідеологію, нейтралізувати критичне мислення людей, тим самим, придушити можливі невдоволення або протести. Для досягнення цих цілей використовуються вербальні і невербальні засоби вираження маніпуляції. Застосування яскравих світлин, виділення букв шрифтом, кольором, розміром, з метою заволодіти увагою читача, змусивши його поглинати потрібну інформацію. Однією з провідних методик є розташування тем в газеті та організація самого тексту. Важливіші новини розташовують максимально вигідно, акцентуючи на них увагу, щоб читач їх точно не пропустив. В тексті переважають прості речення, зрозумілі, здебільшого короткі, слова; уникається важка термінологія, натомість текст насичений фактами, цифрами та посиланнями на, так званих, «лідерів думок». З мовних засобів виразності вживають евфемізми, дисфемізми, пейоративні прийоми, метафори, модальні дієслова, розмитість висловлювання, омоніми, багатозначні слова та інші. Перспективами подальшого розвитку дослідження є детальніше вивчення впливу зашифрованої інформації на людей різних соціальних груп, спеціальностей, рівнів освіти, різних статей тощо.

Список літератури:

1. Elo S., M. Kääriäinen, O. Kanste *Qualitative Content Analysis: A Focus on Trustworthiness*. SAGE Publications. 2014, p. 10.
2. Kara-Murza S. *Manipulation of Consciousness*. Algorithm, 2000.
3. Krippendorff K. *Content Analysis an Introduction to its Methodology*. SAGE Publications. 2014. 413 p.
4. White M., E. Marsh. *Content analysis: A flexible methodology*. *Library trends*. 2006, no. 55, pp. 22–45.
5. Арешенкова О. Маніпулятивні технології як мовознавча проблема. *Науковий часопис НПУ ім. Драгоманова*. 2012. № 4. С. 28–33.
6. Валуйська М.Ю. Теоретичні засади застосування методу контент-аналізу під час вивчення криміналізації особистості. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. 2016. № 4. С. 187–189.
7. Герасимчук Н. Контент-аналіз у системі сучасних методів дослідження публіцистичних текстів. *Журналістика*. 2010. № 9. С. 156–163.
8. Демідова А.А. Засоби масової інформації як «четверта неформальна гілка публічної влади»: способи медіа-маніпуляції. Електронне «Державне управління: удосконалення та розвитку». 2018. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1222> (дата звернення: 01.09.2019).
9. Зайко Л. Маніпуляція в ЗМІ як засіб дегуманізації сучасного суспільства. *Філософія як культурна політика сучасності* : тези доповідей III Всеукраїнської наукової конференції (Острог, 23-24 жовтня, 2015 р.). Острог, 2015. С. 143–145.
10. Коваленко А., Денісова Д. Страх як засіб маніпулювання свідомістю в засобах масової інформації. 2012.
11. Костенко Н. Мас-медіа у виборах: ціннісні орієнтації політичної сфери. *Політична думка*. 2001. № 6. С. 18–20.
12. Руда О. Мовне питання як об'єкт маніпулятивних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі : монографія. НАН України, Ін-т укр. мови. Київ, 2012. С. 208–224.

References:

1. Arshenkova, O. (2012). Manipuliatyvni tekhnolohii yak movoznavcha problema [Manipulative technologies as linguistic issue]. *Scientific journal of the National Pedagogical Drahomanov University*, no. 4, pp. 28–33.
2. Diemidova, A.A. (2018). Zasoby masovoi informatsii yak "chetverta neformalna hilka publichnoi vlady": sposoby media-manipuliatsii [Media as the "Fourth Informal Branch of Public Power": Methods of Media Manipulation]. *Elektronne "Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok"* [Elektronik "Public Administration: Improvement and Development"] (electronic journal). Available at: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1222> (accessed 1 September 2019).
3. Elo, S., Kääriäinen, M., & Kanste, O. (2014). *Qualitative Content Analysis: A Focus on Trustworthiness*. SAGE Publications. P. 10.
4. Herasymchuk, N. (2010). Kontent-analiz u systemi suchasnykh metodiv doslidzhennia publitsystychnykh tekstiv [Content analysis in the system of modern methods of research of journalistic texts]. *Journalism*, no. 9, pp. 156–163.
5. Kara-Murza, S. (2000). *Manipulation of Consciousness*. Algorithm.
6. Kostenko, N. (2001). Mas-media u vyborakh: tsinnisni orientatsii politychnoi sfery [Election media: value orientations of the political sphere]. *Political thought*, no. 6, pp. 18–20.
7. Kovalenko, A., & Denisova, D. (2012). Strakh yak zasib manipuliuvannia svidomistiu v zasobakh masovoi informatsii [Fear as method of consciousness manipulation in mass media].
8. Krippendorff, K. (2014). *Content Analysis an Introduction to Its Methodology*. SAGE Publications. 413 p.
9. Ruda, O. (2012). *Movne pytannia yak obiekt manipuliatyvnykh stratehii u suchasnomu ukrainskomu politychnomu dyskursi* : monohrafiia [The Language Question as an Object of Manipulative Strategies in Contemporary Ukrainian Political Discourse : A Monograph]. NAN Ukrainy, In-t ukr. movy. Kyiv, pp. 208–224.
10. Valuiska, M.Yu. (2016). Teoretychni zasady zastosuvannia metodu kontent-analizu pid chas vyvchennia kryminalizatsii osobystosti [Theoretical background of using of the content analysis method in the study of personality criminalization]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Iurydychna akademiia Ukrainy imeni Yaroslava Mudroho"* [Scientific journal of the Yaroslav Mudryi National Law University], no. 4, pp. 187–189.
11. White, M., & Marsh, E. (2006). *Content analysis: A flexible methodology*. *Library trends*, no. 55, pp. 22–45.
12. Zaiko, L. (2015). Manipuliatsiia v ZMI yak zasib dehumanizatsii suchasnoho suspilstva [Manipulation in mass media as the method of dehumanization of modern society]. *Proceedings of the Philosophy as the cultural policy of the present: 3rd All-Ukrainian Scientific Conference (Ukraine, Ostroh, October 23-24, 2015)*. Ostroh : The National University of Ostroh Academy, pp. 143–145.