

.....
доступу : http://24tv.ua/vse_shho_naspravdi_varto_znati_pro_olega_lyashka_rezonansne_rozsliduvannya_n798881

2. Імідж політичного лідера як складова політичного успіху [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://podrobnosti.ua/893329-segodnja-olega-ljashko-ne-puskali-v-samolet-s-vilami.html>; <http://tabloid.pravda.com.ua/photos/4ee084ac2883f/>

3. Королько В. Г. Основы паблик рилейшнз / В. Г. Королько. – М. : Рефлбук ; К. : Ваклер, 2002. – 740 с.

4. Лисовский С. Ф. Политическая реклама / С. Ф. Лисовский. – М. : ИВЦ «Маркетинг», 2000.

5. Фурманкевич Н. М. Політичний портрет як один із способів формування громадської думки / Н. М. Фурманкевич. – К. : Наукові записки Інституту журналістики. – 2013. – Том 53. – С. 195–199. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2013_53_40.

Привал М. В.,

студентка,
Національний авіаційний
університет (м. Київ)

ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ МАНІПУЛЯТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ І РОСІЙСЬКИХ ЗМІ

Сьогодні маніпулювання є досить поширеним явищем у різних сферах суспільної діяльності, провідне місце серед яких займають засоби масової інформації. Враховуючи те, що ЗМІ мають вільний доступ до багатьох джерел інформації і є посередником між інформацією та суспільством, нерідко медіа вдаються до маніпулятивних технологій задля формування необхідних суспільних настроїв та думок. Маніпулятивні технології використовуються не одне століття, тому сьогодні існують різні їх види.

Маніпулювання у ЗМІ цікавило багатьох учених та дослідників, таких як: В. Гаврилюк, Г. Почепцов, А. Стельмашов, Г. Шіллер та ін. Проте використання маніпулятивних технологій як одна із функцій журналістики в сучасних реаліях є малодослідженою проблемою.

Метою публікації є аналіз і виявлення основних тенденцій використання маніпулятивних технологій у сучасних українських і російських медіа та їх роль у формуванні суспільної думки.

Науковці по-різному трактують поняття «маніпуляція», і на сьогодні немає його єдиного визначення. Це зумовлено тим,

що первинне значення терміна «маніпуляція» — *manipulare* (лат.) — управляти, надавати допомогу. «У початковому неметафоричному значенні термін «маніпуляція» означає види дій за допомогою рук, які потребують майстерності та вправності під час виконання» [3, 8]. Згодом поняття набуває нового, метафоричного значення: «Під об'єктами маніпулювання розуміються вже не предмети, а люди, при цьому сам вплив виконується вже не руками, а за допомогою інших засобів» [3, 8].

Сьогодні досить широко представлені різновиди медіа-маніпуляцій. Деякі з них описує А. Стельмашов: «Різновидом маніпуляцій у пресі є конструювання повідомлення з неповних висловлювань або уривків відео. Чим простіше та водночас сенсаційніше подана інформація, тим швидше і легше вона фіксується у громадській думці. Це ще одна з особливостей ЗМІ, яка перетворилася на маніпулятивну технологію. ... Створивши ж сенсацію, можна замовчати багато важливих деталей та навіть подати недостовірну інформацію» [4].

Тож не дивно, що сьогоднішні ньюз-мейкери нерідко спираються на неперевірену інформацію, подають її у формі коротких повідомлень з кричущим заголовком. Таку модель подачі інформації можна простежити в інтернет-ЗМІ, де для того, аби сформувати повне уявлення про явище або подію, необхідно переходити від посилання до посилання. Ці дії медіа можна пояснити так: по-перше, сьогодні читач не хоче сприймати великий обсяг інформації і задовольняється кількома реченнями для формування ставлення до події; по-друге, ЗМІ не мають на меті донести всю інформацію до суспільства, оскільки власникам медіа вигідно саме дроблене подання повідомлень, аби приховати певні деталі.

На нашу думку, використання маніпулятивних технологій є необхідністю для багатьох медіа в сьогоднішніх реаліях, оскільки об'єктивна подача інформації є не вигідною для певних суспільних груп. Якщо проаналізувати український медіа-ринок, стає зрозумілим, що майже кожен медіа-ресурс має свого власника і змушений підтримувати його інтереси. Якщо ж говорити про російський медіа-ринок, то більшість інформаційних ресурсів мають підтримувати політику держави й подавати інформацію винятково в її інтересах. Таким чином, ЗМІ в Росії є заручниками політичного режиму. Тож у ситуації, що склалася, маніпуляції, на жаль, є обов'язковими для більшості медіа обох держав.

Яскравим прикладом використання маніпулятивних технологій у російських ЗМІ і їх впливом на суспільну думку є дослідження В. Гаврилюк політичних ток-шоу «Недільний ве-

чір з Володимиром Соловйовим», сайт телеканалу «Росія 1», «Політика» Петра Толстого, сайт телеканалу «Перший», «Список Норкина», сайт телеканалу «НТВ». «У 2013–2014 роках їхні випуски були присвячені темам не російських новин, а виключно темі про Україну, особливо велику увагу приділено подіям на сході України. Усі три політичні ток-шоу Російської Федерації найбільш масово застосовують прийом «вікна Овертона», що свідчить про маніпулювання громадською думкою за рахунок «просування» неприйнятної теми в ЗМІ, до якої телеглядачі поступово «звикають», оскільки про неї постійно говорять. Також найбільш застосованим прийомом лінгвістичної маніпуляції, який використовують згадані політичні ток-шоу Російської Федерації, є прийом «навіювання», суть якого полягає в тому що гості та ведучі політичних ток-шоу так доносять неправдиву, викривлену інформацію, що всі телеглядачі вірять у все, про що йдеться. «Приклеювання чи навішування ярликів» свідчить про те, що майже з кожним виходом на екрани політичних ток-шоу ми чуємо такі вигуки: «Фашисти», «Нацисти», «... якщо сьогоднішня влада в Києві це зробить, то це є хунта ...» [1].

Що стосується українських ЗМІ, то незалежна громадська організація «Інститут масової інформації» на своєму сайті розмістила результати дослідження «Пропаганда і маніпуляції в українських друкованих та інтернет-медіа. Лютий 2017 року». «В окремих українських друкованих та інтернет-ЗМІ на риторику «зради» та негативні наративи припадає до 50 % від усіх інформаційних матеріалів. Якщо говорити про наративи російської пропаганди, то в українських ЗМІ була помітною тема «культу Бандери» в Україні та окремі матеріали були присвячені темі «Київ розпалює війну на Донбасі» [2].

Отже, маніпулятивні технології використовуються в різних засобах масової інформації, незважаючи на їх формат (друковані, електронні), при чому методи та прийоми маніпулювання можуть збігатися. До найпоширеніших засобів маніпулювання можна віднести примітивізацію контенту, дроблення інформації, висмикування слів з контексту, підміна понять, негативізація, «вікна Овертона» та ін. Суспільство не захищене від маніпулятивного впливу ЗМІ, тому сьогодні необхідно максимально підвищувати медіа-грамотність українців, спонукати їх до перевірки отриманої інформації, популяризувати рекомендації щодо захисту від маніпуляцій та створювати незалежні медіа-ресурси для об'єктивного висвітлення інформації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гаврилюк В. Особливості використання технологій лінгвістичної маніпуляції (на матеріалах політичних ток-шоу в Російській Федерації у 2013–2014 рр.) [Електронний ресурс] / В. Гаврилюк // Науковий блог національного університету «Острозька академія». – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://naub.oa.edu.ua/особливості-використання-технологій/>
2. Голуб О. Пропаганда і маніпуляції в українських друкованих та інтернет-медіа. Лютий 2017 року [Електронний ресурс] / О. Голуб, О. Романюк // Інститут масової інформації. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://imi.org.ua/analytics/56970-propaganda-i-manipulyatsiji-v-ukrajinskih-drukovanih-ta-internet-media-lyutiy-2017-roku.html>.
3. Петрик В. М., Присяжнюк М. М., Компанцева Л. Ф. та ін. Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навч. посібник / В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Л. Ф. Компанцева та ін. – К.: ЗАТ «ВІПОЛ», 2011. – 248 с.
4. Стельмашов А. К. ЗМІ: засоби маніпулювання інформацією [Електронний ресурс] / А. К. Стельмашов // Media Sapiens. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/zmi_zasobi_manipulyuvannya_informatsieyu/

Саветюк А. О.,

магістрантка,

Київський національний університет
імені Тараса Шевченка

СПІВВІДНОШЕННЯ ЛОКАЛЬНОГО ТА ГЛОКАЛЬНОГО КОНТЕНТУ В РЕГІОНАЛЬНИХ КОНВЕРГЕНТНИХ МЕДІЯХ

Актуальність теми. Розвиток інтернет-технологій став причиною трансформацій в сучасних засобах масової інформації. На сьогоднішній день все актуальнішими для читачів стають електронні засоби масової інформації. Аудиторія вимагає від медіа подавати інформацію швидше, бути інтерактивними, мобільними, мультимедійними. Глобалізаційні процеси, які відбуваються в світі, значною мірою впливають на діяльність різних сфер життя суспільства. Медіасфера не є виключенням. Регіональні медіа пристосовуються до глобальних викликів і глокалізуються. Для того, щоб визначити рівень глокалізації регіональних конвергентних медіа, варто проаналізувати співвідношення глобального та локального в наповненні регіональних конвергентних медій.