

УДК 070:316.46.058.5

Олег Пархитько**МАНІПУЛЯТИВНІ ПРИЙОМИ В АНАЛІТИЧНИХ ЖАНРАХ**

У статті визначено маніпулятивний потенціал системи аналітичних жанрів та виявлено прийоми, що можуть використовуватися для його реалізації. З'ясовано специфічну суб'єктивно-об'єктивну природу аналітичних жанрових форм, які апріорно передбачають маніпулятивний потенціал.

Ключові слова: маніпуляційний потенціал, прийом, аналітичні жанри, вплив, реципієнт.

В статье предпринята попытка определить манипулятивный потенциал системы аналитических жанров и приемы, которые могут использоваться для его реализации. Автор указывает на специфическую субъективно-объективную природу аналитических жанровых форм, априорно предполагающих наличие манипулятивного потенциала.

Ключевые слова: манипулятивный потенциал, прием, аналитические жанры, влияние, реципиент.

An attempt has been made in the article to define the manipulative potential of the system of analytic genres and the tactics that might be used for its implementation. The author points out the particular subjectively objective nature of the analytic genre forms, which a priori possess suggestive manipulative potential.

Key words: manipulative potential, tactics, analytic genres, influence, receiver.

Впливовість і важливість друкованого слова була усвідомлена в Європі незабаром після появи друкарського верстата. Зокрема, вже в XVI ст. папа Павло IV оприлюднює «Індекс заборонених книг». З появою періодичного друку контроль над пресою на кілька століть переходить до державної влади. Не менш істотним постає вплив ЗМІ й у наші часи, що обумовлює необхідність дослідження механізмів цього впливу.

Можна стверджувати, що з трьох наявних груп жанрів найбільш впливовими є саме аналітичні, адже інформаційні жанри традиційно мають суто повідомлюваний характер, а художньо-публіцистичні

переживають в сучасну епоху істотний занепад внаслідок низки причин. Так, нарис, на думку Л. Кройчика, використовувався в СРСР для героїзації окремих особистостей, тому зараз скомпрометував себе. Зникнення сатиричних жанрів пояснюється тим, що гласність та свобода друку зробили непотрібними комічні алегорії. Крім того, сатиричні жанри виявили неконкурентоспроможність у передачі інформації порівняно з інформаційними та аналітичними жанрами; читацька аудиторія втратила бажання жартувати в епоху моральних та соціально-економічних негараздів; гіпердинамічний стиль роботи сучасних ЗМІ не стимулює авторів до пошуку вдалих образів [3].

Отже, *актуальність* статті полягає в необхідності ретельного дослідження маніпулятивного потенціалу аналітичних жанрів як сукупності специфічних жанрових форм, що частково мають апріорне змістове наповнення.

Системі журналістських жанрів, зокрема й аналітичним, присвячено величезну кількість досліджень. Так, жанрову систему проаналізовано в роботах В. Ворошилова, О. Грабельникова, С. Гуревича, В. Здоровеги, Н. Кодоли, Л. Кройчика, О. Кузнецової, Г. Мельник, І. Михайлина, С. Михайлова, Т. Солнцевої, А. Тепляшиної, О. Тертичного тощо. Разом із тим питання маніпулятивного потенціалу жанрової системи ще не було в центрі уваги дослідників. У статті *об'єктом* аналізу виступає група аналітичних жанрів. *Предметом* — маніпулятивні прийоми, які використовуються при створенні аналітичних матеріалів.

Мета дослідження — визначити маніпулятивний потенціал системи аналітичних жанрів та виявити прийоми, які можуть використовуватися для реалізації впливу. Означена мета передбачає розв'язання таких *завдань*: 1) розкрити специфічні риси системи аналітичних жанрів, що апріорно передбачають маніпулятивний потенціал; 2) продемонструвати дуалістичну природу аналітичних жанрів, їх суб'єктивно-об'єктивний характер; 3) подати перелік прийомів маніпулятивного характеру, які можуть використовуватися в аналітичних жанрах.

Специфічна природа аналітичних жанрів полягає в органічному поєднанні об'єктивного та суб'єктивного. З одного боку, від аналітичних матеріалів очікують бездоганно логічної побудови причинно-наслідкових зв'язків, що обумовлює їхній об'єктивний характер.

З іншого боку, аналітичний матеріал, що ґрунтується на очевидних причинно-наслідкових зв'язках, навряд чи заслуговує на увагу широкого кола читачів. Саме своєрідне світобачення журналіста-аналітика перетворює текст на шедевр журналістського мистецтва, збільшуючи при цьому вагомість суб'єктивного складника в тексті. В. Здоровега з цього приводу зазначає: «Проникнення у сутність явища, предмета містить елемент суб'єктивного, якусь частку фантазії, відхід від нібито зрозумілої конкретики. Великий дар людського пізнання, творчі здібності людини полягають у тому, що через суб'єктивне вона здатна пізнати об'єктивне. Зрозуміло, у тому випадку, коли наше мислення правильне, неупереджене, а мета пізнання чесна» [1, 187].

Дуалістична природа аналітичних жанрів, на жаль, є досить зручною для перетворення їх на зброю маніпулювання суспільною свідомістю. У найгіршому випадку подібна стратегія призводить до суцільної зневіри цільової аудиторії: «Навчені гірким досвідом можливих спекуляцій і свідомого обману, неправильністю чи застарілістю, догматизованістю різних теорій та політичних, навіть філософських, концепцій суспільство, критично мисляча громада з певною підозрою, упередженістю ставляться до аналітичних матеріалів газет, журналів» [1, 185]. Вважаємо, що період зневіри в Україні наразі призвів до активного сегментування цільової аудиторії за джерелами отримання інформації. Маємо на увазі, що істотна кількість українців споживає інформацію лише за одним каналом (телеканал, газета, журнал). Причому обраний канал інформації користується в свідомості цільової аудиторії максимальною довірою. Ставлення до інших каналів визначається амплітудою від байдужого до відверто ворожого. На жаль, саме такий обмежений підбір джерел інформації максимально уможлиблює реалізацію маніпулятивного потенціалу аналітичних програм та матеріалів, оскільки адекватне сприйняття глобальних процесів передбачає обов'язкову наявність альтернативних джерел інформації.

У теорії нейролінгвістичного програмування (НЛП) маніпулятивні прийоми, пов'язані зі зміною меж повідомлення з метою коригування чи зміни його актуального сенсу, іменуються рефреймінгом. Використання різних видів рефреймінгу дає можливість трансформувати сприйняття певних подій. У монографії Т. Ковалевської представлені анулюючі (виключення значущих елементів), фінгуючі (до-

давання вигаданих фактів), індефінітизуючі (надмірні узагальнення) та модальні перетворення (суб'єктивне оцінювання подій) [2, 283— 287]. У журналістських матеріалах спостерігаються всі види маніпулятивних перетворень тексту.

Аналіз маніпулятивних прийомів, поданий далі, свідчить про наявність тонкої демаркаційної лінії між відповідальним використанням журналістської техніки та свідомим пересмикуванням фактів. Тобто кожний прийом, необхідний для створення окремих аналітичних жанрів, може бути використаний із маніпулятивною метою. Вибір, який постає перед журналістом, зумовлюється його моральними настановами. З іншого боку, спроможність реципієнтів протистояти маніпуляціям у ЗМІ обумовлена рівнем інтелекту та знань, а також безпосередньою кількістю каналів, які можна співставити для отримання об'єктивованої інформації про конкретну ситуацію.

Маніпулятивні прийоми, проаналізовані в публікації, поділено на дві групи, кожна з яких відповідає певному етапу підготовки та написання матеріалу. Спочатку розглянемо ті прийоми, які пов'язані з періодом підготовки до написання матеріалу.

1. *Цілеспрямований підбір фактів для аналізу.* На відміну від інформаційних жанрів, де межі об'єкта дослідження чітко визначені, аналітичні жанри надають більше можливостей щодо підбору та варіювання фактичного матеріалу для висвітлення заявленої теми. Наприклад, при написанні аналітичного звіту можна опустити доповіді, які автор вважає небажаними. Значну свободу для творчості залишає огляд, для якого можна добрати факти, не пов'язані між собою причинно-наслідковими зв'язками.

2. *Вибір концептуальної основи, яка свідомо звужує можливості аналізу інформації.* Сприятливим фактором для використання маніпулятивних прийомів може бути вибір базових принципів, які створюють умови для певної скерованості аналітичної кореспонденції, загальнодослідницької або полемічної статті. Пригадаймо радянські часи, коли всі наукові та напівнаукові програмні журналістські публікації обов'язково спиралися на класиків марксизму. Втім і зараз прикладів подібної маніпулятивності не бракує. Так, Олесь Бузина у своїх книгах та журналістських публікаціях провів «дослідження» особистого життя класиків української літератури, використовуючи принцип уседозволеності [8]. Навіть не беручи до уваги морально-етичний бік постановки проблеми, можна стверджувати, що мета автора є цілком очевидною: він демонструє зневажливе ставлення до української культури.

3. *Тенденційний підбір коментаторів та експертів.* Цей прийом є особливо характерним для коментаря та статті, хоча може використовуватися й у інших аналітичних формах. Автор матеріалу або цитує винятково прихильників однієї точки зору, або надає слово різним експертам, проте аргументація однієї з точок зору відверто слабка чи репутація залучених експертів дискредитує їхню позицію в очах цільової аудиторії. Подібним маніпулятивним прийомом зловживають тележурналісти, створюючи круглі столи або ток-шоу аналітичного характеру. Так, телеканал АТВ, обговорюючи складні суспільні проблеми, іноді запрошує експертів від однієї політичної сили. А, скажімо, участь у ток-шоу російського телебачення «Гордон Кихот» такого «експерта», як скандально відомий співак М. Джигурда, навряд чи допомогла М. Задорнову відстоювати правомірність власних фантастичних етимологій.

4. *Рекламно-комерційна скерованість тексту.* Йдеться про тенденційність при виборі об'єкта журналістського матеріалу. Так, вибір героя для інтерв'ю або сповіді стає елементом додаткової реклами для певних комерційних акцій або структур. У сучасній журналістиці подібні матеріали часто бувають замовленими. Зокрема, у спортивній журналістиці існують чіткі розцінки на висвітлення діяльності спортивних клубів та організацій.

5. *Ап'юрі відомий антигерой.* Прийом спостерігається в журналістських розслідуваннях та полемічних статтях. Читач отримує враження складної аналітичної роботи, наслідком якої стає певний результат. Однак результат відомий автору публікації ще до початку роботи, йому лишається тільки створити правдоподібну форму. Сумнівної слави набув російський журналіст Сергій Доренко, якого наприкінці ХХ ст. вважали типовим «телекілером» внаслідок його цілеспрямованої діяльності на підриг авторитету Ю. Лужкова.

Заслужують на увагу й маніпулятивні прийоми, що активізуються під час написання матеріалу.

1. *Упереджені авторські коментарі та оцінки.* Висловлення авторських оцінок є невід'ємною частиною аналітичної роботи журналіста. Від журналіста цілковито залежить, наскільки його думки є релевантними об'єктивній дійсності. Напередодні парламентських виборів 2002 року в газеті «Українське слово» з'явилася критична стаття на адресу «Руського блоку» під назвою «Вони ненавидять Україну», в якій, зокрема, є такі слова: «Вчителька СШ № 4... не любить Україну, вона хоче її загнати в братні лапи північних ведмедиків» [5, 105]. І заголовок, і наведений уривок побудовані таким чином, щоб викликати негативну реакцію цільової аудиторії. Це вступає в протиріччя з канонами аналітичних жанрів.

2. **Необ'єктивне прогнозування.** На відміну від авторських коментарів, прогноз завжди скерований у майбутнє. Аналітичний матеріал часто завершується прогнозом (певні різновиди статті, коментар, огляд тощо). Про значення прогнозу для аналітичної діяльності журналіста свідчить і той факт, що деякі дослідники виділяють прогноз як окремий жанр [7]. Згідно з професійними стандартами, журналіст має право на прогноз, якщо його зроблено на засадах об'єктивності та незаангажованості [4, 22]. У вигляді маніпулятивного прийому прогноз особливо небезпечний, оскільки встановлює програму подальших дій для цільової аудиторії. Так, у щотижневій аналітичній програмі тележурналіст повідомив про начебто складну фінансову ситуацію одного з комерційних банків, що протягом тривалого часу мав добру репутацію. Вже наступного дня через бажання багатьох клієнтів забрати гроші з рахунку банк справді опинився у скрутному становищі [5, 188]. Попри неможливість робити висновки щодо мотивів журналіста, зазначимо, що в подібній ситуації маніпулятивний прийом було використано з максимальною ефективністю.

3. **Підробка результатів соціологічних досліджень.** Соціологічні дослідження вважаються серйозним аргументом на підтвердження авторських думок, оскільки сакралізуються цільовою аудиторією як дотичні до наукового дискурсу. Маємо на увазі, що рівень довіри реципієнтів до соціологічних досліджень є досить високим. При цьому наразі спостерігаємо тенденцію до активного фальшування результатів соціологічних розвідок. Відомо, що політики замовляють результати соціопитувань напередодні виборів для підвищення власного рейтингу [9, 23]. Якщо звернути увагу на маніпуляції журналістів, які власноруч проводять опитування, то необхідно відзначити грубі порушення процедури дослідження. Особливо показовим виглядає вибіркоче озвучування телеканалами думок населення щодо певної проблеми. На деяких телеканалах з позицією журналістів щодо складної суспільної проблеми погоджуються 100 % опитаних.

4. **Тенденційне використання статистики.** Статистика широко застосовується в матеріалах політичної та економічної тематики. Пересічний реципієнт, як правило, вірить у магію наведених цифр та відсотків, оскільки неспроможний їх перевірити. Разом із тим відсоткові викладки часто є досить відносними і не розкривають сутність проблеми.

5. **Активне втручання в ситуацію.** Прийом використовується зокрема в жанрі експеримент заради пожвавлення матеріалу. Журналіст не просто описує ситуацію, а впливає на об'єкт матеріалу, контактує з ним, ставить його в незручну ситуацію, провокує на певну реакцію. Попри безсумнівну оригінальність прийому, зазначимо, що результат часто розходиться з

принципами об'єктивності та етичності й тяжіє в бік розважальності. Типова тактика журналіста — розміщення в ЗМІ оголошення з незвичною пропозицією (послуги жигало, курси медіумів тощо) з метою подальшого написання аналітичного матеріалу.

Окрему увагу слід приділити аналізу маніпулятивних прийомів у діалогічно побудованих жанрах. Для уникнення термінологічної плутанини зазначимо, що ґрунтовно підготовлене інтерв'ю, яке передбачає розгорнуті відповіді у вигляді міркувань та роздумів, на наш погляд, слід уналежнити до групи аналітичних жанрів. Джерела маніпулятивності діалогічно побудованих жанрів зумовлені специфікою особистісного спілкування, під час якого на перший план виходять психологічний контакт і швидкість реакції співрозмовників.

6. **Використання провокативних запитань.** Цей прийом скерований на збентеження комуніката й досягнення над ним психологічної переваги. В інтерв'ю для газети або журналу в такий спосіб можна спробувати натиснути на розгубленого комуніката, хоча все це може виявитися марним на етапі візування. У телеінтерв'ю до цього додається візуальний ефект, оскільки знервована особистість потенційно привертає значно більше уваги глядачів. До речі, прийом дратування учасників активно використовується під час підготовки телевізійних ток- та онлайн-шоу.

7. **Вибіркове висвітлення тем.** Недостатня увага до деяких тем, пов'язаних з об'єктом дослідження, може бути викликана цілком виправданим бажанням журналіста чітко виокремити предмет дослідження. Однак тематична вибірковість з маніпулятивною метою може лишити в цільовій аудиторії негативні враження від об'єкта дослідження. Так, ведучі програми російського телебачення «Школа злословия» Т. Толстая й А. Смірнова обирають для обговорення теми, які нерідко виявляються надто складними або неприємними для гостя програми. Подібний формат є надзвичайно привабливим для теледискурсу, оскільки дає змогу миттєво відкинути штампи й розкрити сутність співрозмовника. Таким чином, використання маніпулятивних прийомів може бути скероване й на створення певного формату програми.

8. **Тенденційне коментування.** Під час обробки даних проведеного інтерв'ю журналіст може робити вставки-коментарі, що певним чином роз'яснюють аудиторії незрозумілі тези. На жаль, журналісти «жовтої» преси іноді використовують цей прийом заради маніпулювання інформацією. Так, в інтерв'ю, проведеному журналістом «Комсомольской правды в Украине» з Майком Тайсоном, боксер «не виправдав» очікувань автора. Журналістові довелося різними засобами підкреслювати брутальність Тайсона у коментарях

до інтерв'ю.

9. **Вибір заголовка.** Навіть допублікаційне візування інтерв'ю іноді неспроможне вберегти від «жовтого» заголовка. Справа в тому, що остаточний варіант заголовка з'являється в останній момент, найчастіше з ініціативи редактора. Таким чином, цілком коректний матеріал несподівано може перетворитися на скандальний. Так, готуючи матеріал про дитинство та юність відомої моделі Наталії Водянової, журналістка спілкувалась із родиною та близькими людьми знаменитості. Однак редакція прийняла рішення надати тексту сенсаційного звучання. Так, незалежно від змісту статті, виникла назва «Топ- модель Наталья Водянова отдалась мальчику в 14 лет» [6, 155—157].

Отже, аналітичні жанри мають найбільший маніпулятивний потенціал у порівнянні з іншими родами жанрів. Це пояснюється специфічною природою інформаційних та занепадом художньо-публіцистичних жанрів; сприятливою для маніпулятивності формою деяких аналітичних жанрів (огляд, полемічна стаття, експеримент); поєднанням суб'єктивного та об'єктивного начал у природі аналітичних жанрів.

При підготовці аналітичного матеріалу журналіст має можливість застосувати істотну кількість прийомів для посилення ефективності тексту. Кожний із цих прийомів може бути використаний з маніпулятивною метою. Реалізація подібного потенціалу аналітичних жанрів залежить від моральних настанов журналіста та мети написання матеріалу.

Маніпулятивні прийоми можуть використовуватись і на етапі збору інформації, і на етапі підготовки матеріалу. Слід звернути увагу й на певний зв'язок між використанням конкретних маніпулятивних прийомів та формою аналітичних жанрів. Особливими можливостями в плані використання маніпулятивних прийомів відрізняються жанри, які передбачають активний контакт з об'єктом дослідження (інтерв'ю, експеримент).

Наведені закономірності зовсім не означають, що аналітичні жанри використовуються виключно з маніпулятивною метою. Слід зазначити, що лише від об'єктивності та етичних стандартів журналіста залежить реалізація маніпулятивного потенціалу.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. *Здорова В.* Теорія і методика журналістської творчості : підруч. / В. Здорова. - Львів : ПАІС, 2004. - 268 с.
2. *Ковалевська Т.* Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування : монографія / Т. Ковалевська. - Одеса : Астропринт, 2004. - 344 с.
3. *Кройчик Л.* Система журналистских жанров [Электронный ресурс] / Л.

- Кройчик//Основы творческой деятельности журналиста : [учебн.]. - СПб. : Знание, СПбИВЭСЭП, 2000. - Режим доступа : <http://evartist.narod.ru/text5/64.htm>.
4. *Пархитько О.* Проблематика спортивной периодики : [навч.-метод. посібник] / О. Пархитько. - Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2008. - 64 с.
 5. *Петрова Н.* Медіа право : [для студентів факультетів / відділень журналістики] / Н. Петрова, В. Якубенко. - К. : Київська типографія, 2007. - 276 с.
 6. *Солнцева Т.* Вторая древнейшая, или Как стать акулой пера / Т. В. Солнцева. - Ростов н/Д : Феникс, 2006. - 254 с.
 7. *Тертычный А.* Жанры периодической печати : учебн. пособие / А. А. Тертычный. - М. : Аспект Пресс, 2000. - 312 с.
 8. *Чаленко А.* Олесь Бузина: ... ли девочек Тарас Шевченко или спивав с ними? [электронный ресурс] // Курьер.ua - 2000. - 3 листопада. - Режим доступа : http://courier.com.ua/prezentatsii_i_intervju/oles_buzinatrahal_li_devochek_taras_shevchenko_ili_spivav_s_nimi/.
 9. *Щербатых Ю.* Психология выборов | Ю. Щербатых. - М. : Эксмо, 2005. - 400 с.