

МАНІПУЛЯТИВНІ МОЖЛИВОСТІ ЗАГАЛЬНОНАЦІОНАЛЬНОГО І РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АСПЕКТ

Єднак Євгенія Русланівна,
магістрантка факультету філології і журналістики,
спеціальність «Журналістика»,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка

Телебачення є одним із найпопулярніших та найпоширеніших джерел інформації в Україні. Специфіка телевізійної подачі новин дозволяє використовувати доволі широкий спектр маніпуляцій.

По-перше, загальнонаціональне телебачення є перенасиченим інформацією і це впливає на її сприйняття аудиторією. Якщо подібне повідомлення доноситься з кількох телеканалів, то споживач прийматиме його за «чисту монету». З іншого боку, ваговий вплив має специфіка подачі інформації. Експресивний текст, що накладений на динамічний відеоряд, ускладнює процес критичного мислення, тому людині складно оцінити повідомлення об'єктивно. Використання такого прийому можна простежити як на загальнонаціональних телеканалах, так і на регіональному телебаченні. Однак тематика сюжетів є різною. Якщо загальнонаціональні телеканали переповнені інформацією, що надходить з різних регіонів країни та з-за її меж, то регіональне – обмежується новинами свого краю. Відповідно й мотиви подачі маніпулятивної інформації є різними.

По-друге, інформація, подана у випусках новин, є різноплановою. Приблизно за годину часу реципієнта ознайомлюють з новинами політики, економіки, культури, соціального життя, міжнародного масштабу та розважального характеру. Зорієнтуватися в такому потоці повідомлень складно, адже рівень маніпуляції у кожному з них різний. Так, громадську думку населення передусім формують через політичні новини. Тому політичних повідомлень на телебаченні значно більше, що актуалізує проблему дозованості

інформації у сучасному телеєфірі.

Суспільні проблеми – важливий спектр новинного контенту, який має вагомий вплив на аудиторію. Новинний ефір сучасного телебачення систематично загострює питання низького рівня соціального забезпечення населення, високих тарифів, незрозумілих для пересічного громадянина податків чи постійно зростаючих цін на продукти. Так, телеканал «1+1» щодня неодноразово пов'язує такі проблеми з недбалістю владних структур і зростаючою корупцією в країні [3]. Телеканал «Україна» наголошує на окремих особах, які радо допомагають українцям у вирішенні їхніх фінансових потреб, що відповідає редакційній політиці медіакомпанії, залежній від джерела надходження коштів. Такі сюжети тривають близько 7-15 хв, що є вагомим перевищенням стандартів. Повідомлення просякнуті чуйністю та добротою: проникливі тексти, музичний супровід, підбір кадрів, знедолені герої – усе це викликає у глядачів почуття співпереживання та гордості за тих, хто жертвує, допомагає й проявляє турботу, а у даному випадку це «Фонд Рената Ахметова» [5]. Подібну технологію практикують і тернопільські телеканали, щоразу змінюючи головних героїв. Так, телеканал «Тернопіль 1» транслював сюжет (15.04.2021) про депутатку, яка посприяла ремонту дороги в одному з мікрорайонів міста. У матеріалі використано й інші методи впливу: композиція закадрового тексту, емоційний коментар мешканки цього мікрорайону, специфіка відеоряду [2].

Упродовж двох останніх років активізувалася тема Covid-19. Усі новинні випуски на загальноукраїнських телеканалах розпочинаються з ковідної статистики. Цифри є дієвим маніпулятивним інструментом, тому не дивно, що подекуди представлені дані різняться. Зокрема, у сюжетах «ТСН» значущість проблеми гіперболізується через заокруглення цифр до більшого показника без особливої на це потреби (випуск від 27.12.2020) [6].

Навіть школярі знають про негласне правило творення новин: «6 С і 1Г». Контент-моніторинг телевізійних новин на загальнонаціональних телеканалах демонструє відповідність соціальної, політичної тематики, а також теми коронавірусу майже до усіх пунктів: страх, смерть, секс, скандал, сенсація, сміх і гроші.

Саме в такому форматі подаються новин «ТСН» [4]. Тут діє прихований маніпулятивний маневр, адже усі сім ознак пов'язані з емоціями глядачів, точніше тим, що викликає ці емоції. Наприклад, гроші є невід'ємною частиною нашого життя і дуже болючим питанням для українців, тож тему коронавірусу на загальноукраїнських телеканалах висвітлювали саме крізь призму бюджету. Спершу подавали повідомлення про те, що кількість робочих місць у зв'язку з пандемією скорочується, підприємцям закриті шляхи заробітку, тож громадянам бракує коштів на найнеобхідніші для своєї родини. Згодом пропонували рекомендаційні сюжети про те, як зекономити під час карантину, знайти інші джерела доходу і тому подібне. Кожен глядач, який зіткнувся з такою фінансовою проблемою, чекав на такі новинні повідомлення і прислухався до них [1]. Регіональні телеканали є обмеженими в інформації й не подають «глобальні» новини, тож відбір інформації саме за такою схемою є малоюмовірним.

Ретроспективний погляд на телевізійний новинний контент з 2014 року і до початку пандемії дає можливість визначити дієвість новинного ряду в актуалізації певної теми для аудиторії, а відтак, осмислити його використання у маніпулятивних процесах на арені сучасного медіапростору. Так, у 2014 році перший блок телевізійних новин розпочинався повідомленнями з фронту, сюжетами, пов'язаними з агресією Росії проти України. Ця тема дуже гостро стояла й неодноразово ставала методом впливу. Сьогодні в Україні складно знайти прихильника російської влади і цьому можна завдячувати телебаченню зокрема. Однак тема коронавірусу витіснила фронтові зведення на другий план, актуалізувала питання здоров'я, особистого захисту і взаємних контактів [1]. Тож можна простежити маніпулятивний маневр виокремлення важливішого через особливості побудови новинного випуску та розташування повідомлень у ньому.

Порівнюючи загальнонаціональні та регіональні (тернопільські) новинні випуски, виділяємо відмінність способів подачі інформації в контексті маніпулятивного впливу відповідно до інформаційного потоку, джерел фінансування, технічних можливостей, однак методи, які використовуються, залишаються незмінними.

Література

1. Коронавірус. Моніторинг медіа. *Детектор Медіа*. URL: <https://detector.media/tag/30660/>
2. Новини. Підсумки. *Тернопіль1*. URL : <https://t1news.tv/pidsumkovi-vupusky-novyn/>
3. «Про що говорять депутати. Моніторинг теленовін 12-17 квітня 2021 року». URL : <https://detector.media/shchodenni-telenovini/article/187374/2021-04-24-pro-shcho-govoryat-deputaty-monitoring-telenovyn-1217-kvitnya-2021-roku/>
4. Ральська В. «Телебачення як засіб маніпуляції свідомістю (на прикладі українських теленовін)» *Науковий блог. Національний університет «Острозька академія»*. URL : <https://naub.oa.edu.ua/2010/telebachennya-yak-zasib-manipulyatsiji-masovoyu-svidomistyu-na-prykladi-ukrajinskyh-telenovyn/>
5. «Сьогодні. Підсумки з Олегом Панютюю». *Україна*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=4h3oncCmriw&t=3848s>
6. «ТСН». «1+1». URL : <https://tsn.ua/video/video-novini>