

ЗАСОБИ МАНІПУЛЯТИВНОЇ РИТОРИКИ У НОВИННОМУ ЕФІРІ ТЕРНОПІЛЬСЬКОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ

Кушнір Оксана Василівна,
кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри журналістики,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка

У контексті розгалуженої системи інформаційних потоків телебачення є не тільки важливим каналом інформування громадськості, а й потужним засобом економічного, політичного, культурного та інших видів впливів на свідомість глядачів. Сьогодні аудіовізуальні технології маніпулювання свідомістю розмаїті й ефективні, тому не кожна людина здатна їх виявити.

Як зазначає В. Ф. Іванов, «медіа-маніпуляція – вид психологічного впливу, що здійснюється через пресу, радіо, телебачення, звукозаписи, телетексти, рекламні щити та панелі, що призводить до пробудження в об'єкта впливу намірів, які змінюють його бажання, настрої, поведінку, погляди тощо» [1].

Д. Мак-Квейл виділяє наступні методи маніпулювання свідомістю на телебаченні: замовчування (висвітлення лише «вигідної» для ЗМІ інформації); перестановка (акцентування уваги на необхідних ЗМІ фактах та подача дійсно корисних відомостей на задньому плані); використання авторитетів, які висвітлюють суб'єктивну думку, вигідну медіа; підбір цитат та виривання фраз із контексту; емоційність викладу (при нестачі фактологічної інформації сучасні медіа подають їх емоційно, акцентуючи увагу на болючих для суспільства темах); монтаж (використання вигідних фото-, відеокадрів) [2].

Аудіовізуальний формат телевізійних медіа дає можливість створювати ідеальні умови для маніпулювання свідомістю аудиторії. Глядачі беззастережно вірять у телевізійну реальність, довіряють візуальній інформації більше, ніж вербальній, крім того, вона легше запам'ятовується. Своєрідним інформаційним епіцентром

телебачення є новинні програми, які найактивніше впливають на формування громадської думки.

Новинний сегмент телебачення Тернопільщини формують програми: «Новини. Підсумки» («Тернопіль1») [3], «Новини» («ІНТБ») [4], «Провінційні вісті» («TV-4») [5]. Телевізійні новини є головним джерелом повідомлень про те, що відбувається у місті й регіоні. Тому журналісти використовують різноманітні прийоми роботи з інформацією для її оптимального впливу на тернополян.

Маніпулятивна риторика під час трансляції сюжетів теленовин Тернопілля найчастіше формується на основі *недотримання стандартів балансу думок і відокремлення фактів від коментарів*. Так, сюжет «Дискусії про постать Шухевича мають бути не політичні, а наукові», – посол України в Ізраїлі» від 15.04.2021 р. на телеканалі «Тернопіль1» змонтовано прицільно на обґрунтування правильності рішення міської влади про перейменування центрального стадіону міста на честь Р. Шухевича, для чого підібрано відповідні коментарі, актуалізовано емоційність та ідеологічний підтекст повідомлення [3].

Наскрізною у локальному новинному сегменті краю є маніпулятивна технологія *викривлення пропорції відтворення подій*. Так, у сюжеті програми «Новини. Підсумки» на телеканалі «Тернопіль1» від 09.03.2021 р. про нагородження учасників конкурсу «Зимовий Тернопіль», який організував Тернопільський комунальний методичний центр науково-освітніх інновацій та моніторингу спільно з Тернопільською міською радою, подано у двічі більше коментарів депутатів, ніж працівників методичного центру [3]. Подібний прийом використано у випуску програми від 12.03.2021 р., де у трьох сюжетах висвітлено тему важливих будівельних проєктів на Тернопільщині крізь призму коментарів очільників міста й області [3]; у новинному блоці каналу «ІНТБ» від 16.04.2021 р., де мер Тернополя коментує три різнопланові події епізоди [4]; у матеріалі «Біля пам'ятника Данилу Галицькому у Тернополі висадили новий сорт сакури» на телеканалі «TV-4» від 27.04.2021 р. домінує синхрон того ж Сергія Надала з тенденцією до ідеалізації його образу [5].

Новинні випуски тернопільських медіа апелюють до болючих для містян тем, несуть *надмірний емоційний посыл у заголовках, смислових акцентах, ілюстративних кадрах, рекламних ефектах, мовних оціночних формулюваннях*. Емоційна упередженість регіонального інформаційного контенту найчастіше імплікується у царину надмірного позитиву і спрощення вирішення проблеми через реакцію відомого краянину, політика чи розрекламованої компанії. Сюжети «Корпорація «Опілля» подарувала тернопільській райлікарні обладнання для боротьби з COVID-19» (02.04.2021 р.), «Депутатка ТМР посприяла в ремонті дороги на мікрорайоні «Канада» (15.04.2021 р.), «Декларації народних депутатів з Тернопільщини: як Людмила Марченко заощадила понад мільйон гривень?» (17.04.2021 р.) на телеканалі «Тернопіль1» [3]; «“Європейська Солідарність” передала кисневий концентратор для Чортківської міської лікарні» (30.03.2021 р.) на телеканалі «TV-4» [5]; «Сервіс виклику авто «Uklon» розпочав роботу у Тернополі» (11.03.2021 р), «Провідні вітчизняні політологи визнали Юлію Тимошенко кращою кандидатурою на посаду Прем'єр-міністра» (20.12.2020 р.) на каналі «ІНТБ» [4] пропонують ідеалізовані образи очільників краю, благодійників, громадських діячів, комерційних структур Тернопільщини, відомих політиків через контрастність кадрів, макрозйомку, фокусування деталей, акцентування вигідних епізодів чи статистичних даних, коментарі, стендапи і т. д.

Спостереження засвідчують, що маніпулятивна риторика у новинних телевізійних потоках Тернопільщини є поширеною та ефективною, прицільно спрямованою на моделювання інформаційної картини дня, на програмування громадської думки про певні події та явища у регіоні чи країні. Лише критичне сприйняття інформації, свідоме споживання та поширення медіаповідомлень сприятимуть формуванню медіаграмотної аудиторії, спроможної дати ефективну відповідь маніпулятивним заграм.

Література

1. Іванов В. Ф. Соціологія масової комунікації : навч. посіб. Черкаси : Вид-во ЧДУ, 2003. 380 с.

2. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Перекл. з англ. О. Возня, Г. Сташків. Львів : Літопис, 2010. 538 с.
URL:<http://soc.univ.kiev.ua/sites/default/files/library/elclosed/shtompka1.pdf>

3. Новини. Підсумки. *Тернопіль 1*. URL: <https://t1news.tv/pidsumkovi-vypusky-novyn/>

4. Новини. *ІНТБ*. URL: <https://intb.te.ua/2021/04/u-ternopoli-poslablyat-karantyn-pro-robotu-shkil-restoraniv-likaren/>

Провінційні вісті. «*TV-4*». URL: <https://tv4.te.ua/category/newsfeed/>