

УДК 075(477):316.46.058.5-021.473

DOI 10.32840/cru2219-8741/2023.2(54).4

Н. В. Рула

кандидат філологічних наук
старша викладачка кафедри соціальних комунікацій
e-mail: nataliya.rula@gmail.com, ORCID: 0000-0002-1004-5603
Бердянський державний педагогічний університет
вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Україна, 69600

А. С. Шульженко

кандидат філологічних наук
доцент кафедри соціальних комунікацій
e-mail: denisova1108@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4767-8049
Бердянський державний педагогічний університет
вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Україна, 69600

ПАТОГЕННІСТЬ ЯК ОСОБЛИВІСТЬ НОВИННОГО ДИСКУРСУ УКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕКАНАЛІВ: РІВЕНЬ ЗМІСТУ

Мета дослідження – аналіз патогенного тексту як засобу маніпуляції в новинному дискурсі українських національних телеканалів («1+1», «Інтер», «ICTV») на рівні змісту, опис техніки впливу на аудиторію.

Методологія дослідження. Виходячи з мети наукової розвідки, використані спостереження, проблемно-тематичний, описово-аналітичний, порівняльний методи для характеристики новинного дискурсу; аналіз українських наукових праць, присвячених проблемі патогенного тексту, його ознакам, критеріям, типам, методам впливу на реципієнтів, шляхам нейтралізації патогенності; синтез отриманої наукової інформації; узагальнення й формулювання висновків.

Результати. У результаті аналізу випусків новин національних телеканалів виявлено, що ознаки патогенності можуть бути приховані в змісті та формі. До доміант змісту належать пряме словесне вираження шкідливого змісту та підтекст. На цьому рівні свідомо чи несвідомо застосовують різноманітні інструменти маніпулятивного, а отже, патогенного, впливу: використання міфів, стереотипів, історичних аналогій, навішування ярликів, створення контрастів, залякування, надузагальнення, натяжки, останнє слово тощо, що значно підвищує рівень патогенності новинного дискурсу. Патогенні тексти шкідливо впливають на реципієнтів, викликають задоволення чи незадоволення, змішані емоції; їх негативний ефект виявляється через вироблення залежності від певної особи, ідеї, страху, породження міфів, стереотипів тощо. Патогенні тексти здатні сприяти маргіналізації суспільства, притуплюють здатність до критичного мислення, відволікають увагу від важливих проблем.

Наукова новизна статті полягає в тому, що вперше здійснено спробу системного аналізу патогенного тексту як засобу маніпуляції в новинному дискурсі українських національних телеканалів («1+1», «Інтер», «ICTV») упродовж п'яти років на рівні змісту, описано техніки впливу на аудиторію.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути використані для розробки заходів щодо екологічності українського медіапростору та розвитку критичного мислення глядацької аудиторії.

Ключові слова: медіа, телебачення, патогенний зміст, маніпуляція, рівень змісту.

I. Вступ

Однією з функцій журналістики є участь у формуванні громадської думки. Журналісти через той контент, який вони створюють, реалізуючи завдання власника медіа, здатні конструювати певну реальність. «За допомогою масмедіа здійснюється прямий та опосередкований вплив на підсвідомість глядацької аудиторії. Тобто відбувається управління певною аудиторією для заохочення до конкретних цілей та завдань» [9, с. 69]. Інструментами такого впливу є арсенал комунікаційних технологій, маніпулятивних технік, який робить журналістські тексти патогенними. Шкідливість останніх проявляється в негативному впливові на особистість, суспільство, державу та світову спільноту.

Уперше поняття «патогенний текст» запропонували науковці Б. Потятиник і М. Лозинський в однойменній монографії. Це поняття, його ознаки, сферу використання досліджували П. Александров, С. Бойко, Н. Дащенко, М. Кіца, А. Ковалевська, Н. Лігачова, Н. Ліщинська, Л. Масімова, Г. Почепцов, С. Проскуріна, О. Рак, К. Серажим, Р. Ткаченко, С. Черненко та ін. Розглянуті наукові праці зосереджені на дефініції терміна «патогенний текст», аналізові ознак, критеріїв патогенності, типах та жанрах патогенних текстів, їх впливу на індивідуальну й масову свідомість, способах нейтралізації патогенної інформації.

Патогенними дослідники називають такі тексти, які чинять негативний вплив на адресата, зокрема на його свідомість та поведінку. Вони є шкідливими. Проте поняття «патогенний» і «шкідливий» варто розмежовувати. У своєму інтерв'ю «Детектор медіа» Б. Потятиник зазначив, що «патогенний текст – це семіотична (знакова) структура, яка має вбудовані механізми розмноження, самоекспансії. ... У такий спосіб патогенний текст розмножується, експлуатуючи наш психологічний ресурс. ... Я дотримуюсь ширшого, більш філософського трактування, за яким усякий текст у кінцевому підсумку є патогенним. У тому розумінні, що є розплата за те, що ми живемо в тексті й живемо текстом» [4].

Учені, які спеціалізуються на проблемах екологічності українського медіапростору, з-поміж основних характеристик патогенних текстів виділяють такі: марнування часу споживача інформації; маніпулювання увагою аудиторії (зміщення фокусу уваги на об'єктивно неінформативні повідомлення, деталі для відволікання від головного); некоректне використання технічних засобів, що приводить до викривленого сприйняття чи розуміння, що негативно впливає на реципієнта; порушення балансу в гендерному аспекті (наприклад, стереотипні образи жінок або чоловіків чи навмисна сексуалізація тощо); порушення законодавчих вимог, зазначених у відповідних нормативно-правових актах [2, с. 362–363].

«Особливе значення має не глядацька аудиторія, а комунікатор, інформація, яку він транслює» [9, с. 69]. Одним із трансляторів патогенних текстів є телебачення, яке активно впливає на свідомість глядача. Сьогодні, у період психологічних та інформаційних війн, виявлення патогенних текстів у масовій інформації, активно поширюваній в українському телевізійному медіапросторі, є на часі, що й зумовлює актуальність наукової розвідки. Зараз багато статей присвячені дослідженню національного телемарафону «Єдині новини», розкривають його недоліки чи переваги, маніпуляції чи дотримання/порушення стандартів, проте традиційне телебачення до 24 лютого 2022 р. теж містило низку маніпулятивних технік та впливало на підсвідомість глядачів.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Метою дослідження є аналіз патогенного тексту як засобу маніпуляції в новинному дискурсі українських національних телеканалів на рівні змісту, опис техніки впливу на аудиторію.

Об'єктом дослідження став новинний дискурс українських національних телеканалів («1+1», «Інтер», «ICTV») 2018–2022 рр. (до 24 лютого 2022 р.), оскільки, на нашу думку, саме системний підхід під час дослідження певного явища упродовж п'яти років дасть точні результати.

Були використані спостереження, проблемно-тематичний, описово-аналітичний, порівняльний методи для дослідження новинного дискурсу; аналіз українських наукових праць, присвячених проблемі патогенного тексту, його ознакам, критеріям, типам, методам впливу на реципієнтів, шляхам нейтралізації патогенності; синтез отриманої наукової інформації; узагальнення й формулювання висновків.

III. Результати

Телебачення є найпотужнішим осередком виробництва й розповсюдження різноманітної інформації. З метою нашої зацікавленості в перегляді улюблених телеканалів працює велика кількість спеціалістів. Проводять різноманітні дослідження, створюють рейтинги популярності, аналізують результати щодо зацікавленості в тому чи іншому матеріалі.

Варто наголосити, що на сучасному телебаченні до 24 лютого 2022 р. більшу частину ефірної сітки займали різноманітні розважальні та аналітичні телепередачі, токшоу, які збирали багато прихильників серед телеглядачів, збільшуючи популярність із кожним випуском чи сезоном. «Телебачення виступає у ролі потужних інтерпретаційних машин. Факти для них не найголовніше. Оскільки метою є інтерпретація, посилення потрібної моделі світу, то об'єктом впливу стають не лише теленовини (жорсткі новини), а й програми так званого актуального гумору (м'які новини)» [8].

Масштаб застосування маніпулятивних технологій на телебаченні як одному з найвпливовіших медіа спонукає серйозно замислитися над забезпеченням не лише демократичних засад реформування українського суспільства, а й інформаційно-психологічного захисту українських громадян. Особливо це стосується великої кількості патогенної інформації в новинному українському дискурсі. «Ганяючись за поганими новинами, телебачення нагнітає в суспільстві депресію, атмосферу бездуховності, відчуття безперспективності життя в країні, шкодить моральному здоров'ю суспільства. Для збереження морального здоров'я в кожному випуску

новин мають обов'язково бути позитивні історії, які демонструють, що, незважаючи на драматичні випадки життя, людство не деградує, а розвивається й гуманізується» [3, с. 38].

Н. Лігачова, С. Черненко, В. Іванов, С. Дацюк, автори книги «Маніпуляції на ТБ», провели опитування авторитетних експертів щодо проблеми застосування маніпулятивних технологій на українському телебаченні. Із-поміж найпоширеніших прийомів маніпуляцій у телевізійних новинах експерти відзначали такі:

- 1) ідентичність інтерпретацій подій у новинах різних каналів;
- 2) «ангажована й однобічна експертиза, з відповідним підбором експертів, варіації експертних точок зору на користь одного з опонентів, використання «експертних дуетів» – перший експерт твердо підтримує визначену думку, інший – толерантно критикує. І найефективніша, хоча і найбільш очевидна маніпуляція – так званий «інтерактив» з наступним політичним «узагальненням» телеведучих»;
- 3) інформаційна блокада опозиційних політичних сил та їх лідерів;
- 4) формування визначеного владою «порядку денного» в теленовинах (історія з «темниками»);
- 5) викривлення змісту політичних подій шляхом «псевдооб'єктивного» тенденційного коментування [5, с. 14].

На рівні змісту свідомо чи несвідомо застосовують різноманітні інструменти маніпулятивного, а отже, патогенного, впливу: використання міфів, стереотипів, історичних аналогій, навішування ярликів, створення контрастів, залякування, надузагальнення, натяки тощо. Розглянемо їх детальніше.

Використання міфів. Міф – це оповідь, побудована на ототожненнях, асоціаціях, має емоційно забарвлену форму, може включати конструкції несвідомого, архетипи, передбачає афективну логіку, виконує смислозадаючу функцію та значною мірою здатна витіснити реальність. З огляду на це можна сказати, що міф та міфічне є придатною основою для маніпулювання [1, с. 220].

Комерційні телевізійні канали почасти звертаються до міфу, означеного приказкою «Багаті не сидять». У «Подобицях тижня» на телеканалі «Інтер» 11 жовтня 2019 р. йдеться про слідчу справу С. Пашинського, народного депутата України. Останнього звинувачують у скоєнні злочину з використанням вогнепальної зброї. Після сюжету в студії ситуацію обговорюють ведучий О. Ліпман та відома юристка-кримінолог А. Маляр, яку, до речі, часто запрошували як експертку на цьому каналі. Відбувається постійне наголошення на тому, що олігархи в Україні завжди захищені від покарання. У контенті використано метод повтору як поглиблення стереотипного сприйняття ситуації чи особи. Фразу *Багаті не сидять* спочатку проговорює ведучий «Подобиць тижня», а потім її в децю іншому формулюванні декілька разів повторює А. Маляр:

- У нашій країні в тюрмах сидять лише бідні люди, – без пояснення думки;
- Зазвичай чому у нас багаті високопосадовці не сидять? Щоб наші глядачі зрозуміли. Тому що якщо вони і вчиняють злочин, то не самотійно, а в групі осіб або це цілий режим, тому всі ці люди просто не допустять, щоб їх співучасник знаходився в тюрмі, – А. Маляр роз'яснює своє твердження.

Крім цього, під час обговорення в студії недовіра до судової системи України посилюється за рахунок тези про частотні випадки ув'язнення осіб за несерйозні злочини з метою відволікання уваги від більш тяжких. Ведучий О. Ліпман зачитує пост гості з її сторінки в одній із соціальних мереж: *Коли є сенс в тюрмі ховатись від тюрми. В історії кримінального світу є приклади, коли заради відводу уваги суспільства від вчинених більш тяжких злочинів особа зізнавалась у вчиненні менш тяжкого і чесно відбувала покарання. У мене по Пашинському все. P.S. Слідство теж може використовувати подібну тактику.*

- А. Маляр після цитування ведучим її слів продовжує коментувати:
- Слідство так само може «згодувати» суспільству нібито притягнення до відповідальності за якусь таку зрозумілу річ, але дрібну порівняно з, скажімо, розкладанням державного бюджету, з якимись серйозними обладками, з якимись рейдерськими захопленнями. І таку тактику виключати не можна.

На таку версію про діяльність слідчих та суду накладається згадка про передвиборчу обіцянку гаранта держави В. Зеленського *Весна прийде – будемо саджати*. У цьому контексті С. Пашинського називають «першою ластівкою».

Так, не знаючи результату слідства, оскільки справа С. Пашинського ще не закрита, не маючи повного уявлення про матеріали розслідування, студія «Подобиць тижня» уже ставить під сумнів дії та висновки правоохоронців і судової системи. До того ж постулюється теза про те, що справа Пашинського – це вимушена показова реакція на обіцянку Президента.

Ще один міф, який постійно транслюють на телебаченні, зокрема в новинах, – це смертельна загроза в результаті різноманітних щеплень, таких як: кір, паротит, поліомієліт, кашлюк, правець, дифтерія, гепатит В, коронавірус.

У сюжеті під назвою «Ін'єкція від паніки» («ТСН. Тиждень» на каналі «1+1» 21 січня 2018 р.) розповідають про масову вакцинацію дітей від кору. Перед сюжетом А. Мазур уже сіє сумнів та напруження серед аудиторії словами:

– *Робити щеплення чи не робити? Бо ж на кір уже хворіють. А якщо ускладнення? ... Що буде далі? І чи не штучна ця паніка, як запідозрили в соцмережах.*

Сам сюжет порушує важливу проблему та створений, аби закликати людей до щеплення. Зауважимо, що такий заклик супроводжується певним залякуванням про випадки смертей, епідемічну ситуацію в Румунії (десять тисяч хворих та тридцять вісім смертей) і можливе посилення відповідальності за відмову від щеплення.

Кореспондентка, продовжуючи думку А. Мазур, зазначає:

– *Деякі запідозрили МОЗ у штучному роздмухуванні паніки.*

А далі наводяться різноманітні коментарі, узяті із соціальних мереж:

– *Що й варто було довести: термін придатності вичерпується;*

– *В Україні нова епідемія, як тільки закінчується термін придатності.*

У цьому випадку не дотримано балансу думок, оскільки до уваги взяті винятково негативні коментарі.

Під підзаголовком «Відмова від щеплень» починається кульмінація міфу *щеплення – небезпека*. Цей підзаголовок на екрані супроводжується словами кореспондентки:

– *Чи посилить примусова імунізація наш колективний імунітет? Зараз розкажемо, чому в Україні його досі немає.*

Далі в сюжеті представлено декілька трагічних історій, пов'язаних із щепленням. Перша – це згадка про смерть сімнадцятирічного хлопця на Донеччині після вакцинації. Друга – про результати розслідування *смертельного щеплення* (трактування кореспондентки) для п'яти немовлят у 2013 р. та наголошення на одному й тому виробнику вакцин «Фармстандарт біолік», який належав сину очільниці тодішнього МОЗу Р. Богатирьової. Препарат заборонили, проте причинно-наслідкового зв'язку летальних випадків зі щепленнями так і не підтвердили. Далі взагалі звучить фраза:

– *Вакцинам перестали довіряти і мами, і медики.*

Така теза ще більше посилює недовіру до щеплення, оскільки аудиторія так чи інакше прислухається до слів експертів (у цьому випадку такими є медичні працівники, які, на думку суспільства, знають набагато більше про препарати, ніж звичайні пацієнти).

Використання стереотипів. У «Подобицях тижня» на телеканалі «Інтер» 11 жовтня 2019 р. використовують стереотипне сприйняття В. Зеленського насамперед як коміка, шоумена, а не політика. «Що вагомішою для країни, суспільства, окремої спільноти є постать, то інтенсивніше про неї поширюються у часі і просторі версії, легенди, чутки, у яких реальні життєві фрагменти органічно поєднуються із міркуваннями, домислами, вимислами великої, як правило, частково зацікавленої категорії осіб, які згодом підживлюють, підтримують і інтерпретують розповсюджувачі цього симбіозного інформаційного продукту» [6]. Зазначений стереотип простежуємо в сюжеті про пресмарафон Президента України із журналістами. У медіаповідомленні наголошено на неординарному форматі пресмарафону: ідеться і про «олімпійську швидкість» оголошення про майбутню подію та акредитування представників медіа, і про місце проведення – один із київських фудкортів, який продовжував працювати у звичному режимі та був відчиненим для всіх охочих (у сюжеті звучить жарт про те, що тепер цей заклад можна перейменувати на *офіс їжі*), і про пригощання присутніх піцою, і про рекордну чотирнадцятигодинну тривалість заходу. Стереотип про В. Зеленського як шоумена закріплений за допомогою фраз:

– *Зробив так, як ніхто не очікував;*

– *Такого ані журналісти, ані глядачі ще не бачили. Прес-конференція нон-стоп з елементами реаліті-шоу;*

– *Шоу такого формату ані Україна, ані світ досі ще не бачили.*

Не забули журналісти зацентрувати й на вмінні глави держави говорити, проте відсутності політичного досвіду:

– *Зеленський щоразу довго, розлого і часто плутано відповідає;*

– *Критики закидають, що Президент був недостатньо коректним, і форма знову замінила зміст (хоча жодної цитати на підтвердження не було наведено).*

Зауважимо, що перед сюжетом ведучий О. Ліпман сказав:

– *Чотирнадцять годин, які вразили навіть політичних опонентів. Проте в подальшому ця теза не була підкріплена висловлюваннями опозиціонерів.*

Схожу характеристику отримують і дії представників монобільшості – членів партії «Слуга народу». Так, у «Подобицях тижня» на «Інтері» 25 жовтня 2019 р. йдеться про скандал між депутатами згаданої партії та перевірку деяких із них на поліграфі. Ця подія отримала таке потрактування від гостя студії, політичного експерта В. Фесенка:

– Вони шукають, як із цим боротися. Поки пішли традиційним шляхом для себе, я б сказав, органічним (посміхається. – Н. Р., А. Ш.), шляхом шоу, поліграф-шоу.

Зневажливо акцентує на цій події та дає їй оцінку й ведучий О. Ліпман:

– Що ми побачили? Шоу чи атракціон небаченої чесності?

– Якою буде правда і чи намагаються її приховати за лаштунками цієї медійної політичної поліграф-вистави?

Навішування ярликів. «Ярлик – це елемент антиобразу особи/групи людей, негативна характеристика, яка зазвичай не є правдою, однак активно «навішується» суперникові за допомогою інформаційних технологій і з часом вкорінюється в масовій свідомості» [10]. У «ТСН» на каналі «1+1» 19 грудня 2019 р. розповідають про засідання аграрного комітету щодо обговорення земельної реформи, яке кореспондентка порівнює зі сценами з радянської комедії «Гараж». Ядро медіаповідомлення в тому, що представники партії «Слуга народу» готові розглядати поправки до закону про землю навіть уночі, аби швидше дійти до голосування в залі, натомість члени «Батьківщини» та «ОПЗЖ» заважають процесу, як можуть. Останніх названо в сюжеті важкою артилерією, політичним спецназом, завданням якого є блокування закону:

– В діло йде важка артилерія. Найбільш активні учасники цих засідань Ілля Ківа, Юлія Тимошенко, Нестор Шуфрич, Вадим Рабінович та інші нардепи, які не є членами цього комітету. Цей політичний спецназ підтягнули, сподіваючись якщо не заблокувати ухвалення закону про ринок землі, то хоча б затримати.

Принципи контрасту, останнього слова. У «Подобицях» на каналі «Інтер» 1 грудня 2021 р. йдеться про виступ Президента України В. Зеленського в парламенті. Ведуча Н. Белишева розпочинає сюжет:

– Про країну майбутнього говорив сьогодні Президент з парламентської трибуни. Сорок хвилин Президент розповідав і про кілометри збудованих доріг, і про те, що тепер українським дітям даватимуть гроші, і про множинне громадянство, яке може стати реальністю (відповідний законопроект він, до речі, вже вніс на розгляд Верховної Ради), а ще про те, як зупинити війну на Донбасі.

Далі автори сюжету пропонують глядачам коментарі від лідерів опозиції, які межують зі словами Президента. На перший погляд, такий підхід забезпечує баланс думок, проте всі коментарі різко негативного, зневажливого тону, до того ж вони репрезентують принцип останнього слова, оскільки сприймаються після промови Президента як підсумок, нівелюють важливі меседжі гаранта держави.

К. Рудик, народна депутатка, партія «Голос»:

– Президент знаходиться або в занадто теплій ванні, або живе в якійсь іншій країні, в якій ковід – це зовсім не проблема, в якій ми енергетично незалежні. Це ж абсолютний абсурд.

В. Наливайченко, народний депутат, партія «Батьківщина»:

– Виступ був, знаєте, як з іншої планети. Таке враження, що планета Зе десь у іншій галактиці, а Україна – на Землі, тут і зараз.

Ю. Бойко, народний депутат, партія «ОПЗЖ» (російською мовою!):

– Написали бодрое эмоциональное выступление, такое вот «одобряем все». Мне это, честно говоря, напомнило 24 съезд КПСС. У нас все хорошо, мы идем вперед, к победе коммунизма, а на самом деле в коммунизм идут только те, кто присутствовал в зале. Вот они живут в коммунизме. Правящее большинство. Все остальные люди абсолютно четко понимают, что каждый день сталкиваются с проблемами, на которые не получили ответы из этой речи.

Почасти в новинному дискурсі застосовують принцип контрасту на основі опозиції *влада – народ*. Наприклад, у цьому ж випуску новин у наступному сюжеті про мітинг кореспондент В. Богайчик так розставляє акценти:

– Поки Президент Володимир Зеленський спілкується з народними депутатами у парламенті, під стінами Верховної Ради підприємці намагаються докричатися до глави держави. Далі, за задумом авторів сюжету, звук у кадрі посилюється, чути свист, шум мітингарів. Аудиторії нав'язують підтекст про те, що нову владу не цікавлять проблеми та прохання простого народу.

Використання історичних аналогій. У випуску «ТСН» на «1+1» 20 лютого 2022 р. йдеться, зокрема, про завершення Олімпійських ігор у Пекіні. За кадром звучить анонс цієї події:

– Фінального дня змагань в Україні чекають з особливою тривогою, бо припускають, що лиш олімпіада й об'їздки Москви не псувати імідж Пекіна стримують Путіна від воєнного вторгнення.

Після такого анонсу А. Мазур продовжує:

– І ця тривога не даремна, бо в 2008 від атаки на Грузію Путіна не зупинила навіть олімпіада.

Ведуча проводить аналогію з початком російсько-грузинської війни, коли перші дні конфлікту збіглися з відкриттям Літньої Олімпіади в Пекіні. Цим самим посилюється ефект залякування аудиторії, яка підсвідомо уявляє аналогічний розвиток подій у межах російсько-української війни.

Метод залякування. У випуску «ТСН» на каналі «1+1» 28 листопада 2021 р. є сюжет про новий штам коронавірусу Омікрон. Цей медіаконтент повністю складається з негативної інформації з ефектами залякування та нагнітання. Сюжет анонсує традиційно А. Мазур, і її слова вже лякають:

– Омікрон – новий сигнал тривоги для всього людства. Нову мутацію коронавірусу уже фіксують по всій Європі, в Ізраїлі, Гонконзі і навіть Австралії. Науковці кажуть, цей штам – справжній монстр порівняно з Дельтою, бо в разі потужніший і небезпечніший.

Ведуча вміло використовує художні засоби, асоціюючи вірус із тривогою, порівнюючи його з монстром, використовує для нагнітання вищий ступінь порівняння прикметників. При перерахуванні територій, де зафіксували Омікрон, на мовному та інтонаційному рівнях виділено Австралію (*і навіть Австралії*), хоча немає підстав для такого наголошування, оскільки COVID набув поширення в усьому цивілізованому світі.

Ядром побудови сюжету є порівняння Омікрону з попереднім штамом – Дельтою. Інформація подана за принципом висхідної градації, коли кожен наступний факт ще страшніший за попередній. Спочатку в сюжеті йдеться про небезпеку штаму Дельта, від якого страждають усі країни, а далі говорять, що Омікрон ще агресивніший. Перераховують багато моментів, які посилюють ефект залякування: новий штам на 500% заразніший; він здатен вражати двічі щеплених, може паралізувати дію вакцини; має доволі великі мутації (тридцять дві порівняно з вісьмома в Дельті). Причому автори сюжету обирають досить красномовні фрази при подачі інформації:

– Вірус безперешкодно породжує все нових і нових мутантів;

– Ми лише підживлюємо майбутні варіанти мутації, які з'являтимуться і мучитимуть нас.

Складається таке враження, що це не новинний контент, а художній текст чи фрагмент фільму. Значення вакцинації також нівелюється словами кореспондентки М. Зінковської:

– Найстрашніше: скільки б не оновлювали вакцину, це може не допомогти.

Створюється контекст безвиході. Аудиторію заплутують: так є сенс вакцинуватися, до чого закликають експерти через різні медіа, чи ні. Завершальна теза сюжету також посилює тривожність; використано метод останнього слова:

– Немає ніяких гарантій, що одного дня Україна так само не опиниться за бортом вакцинованого світу.

Зауважимо також, що в сюжеті є пряма мова спеціалістів щодо визначеної проблеми, і всі троє є представниками Великої Британії. Не зрозуміло, чому експертам лише цієї країни дали слово.

Надузагальнення та натяки. В ефірі «Подорож тижня» на «Інтері» 25 жовтня 2019 р. однією з тем були обвинувачення та «посадки» високопосадовців, про які ще в своїй передвиборчій кампанії говорив В. Зеленський. До студії запросили політичного експерта В. Фесенка, який, за твердженням ведучого О. Ліпмана, дуже відрізняється від інших далекоглядністю, а це досить важливо. Коли мова пішла про экс-президента П. Порошенка, В. Фесенко сказав:

– Є величезний попит, суспільний попит, на посадку Порошенка. Це і соціологи знають, і нова влада чудово знає.

Таке категоричне твердження викликає сумнів, оскільки не підкріплене жодним опитуванням, думкою одного із соціологів тощо, проте несе в собі досить серйозний зміст, який впливає на формування громадської думки глядачів. Як саме був обчислений суспільний попит, про який говорить гість студії, не зрозуміло.

Безпідставні узагальнення та натяки пропонує аудиторії кореспондент каналу «1+1» А. Орляк, коли в «ТСН. Тиждень» 10 листопада 2019 р. коментує бійку колишнього депутата О. Ляшка та чинного депутата А. Геруса:

– Найцікавіше, що увесь цей доказ для свого боса фільмував помічник Ляшка, що дуже схоже на відеозвіт про пророблену Ляшком роботу. От тільки кому він звітував? Напевно, комусь, хто теж за цей енергоринок переживає. У мене в голові аж одне прізвище. Слова кореспондента пройняті іронією, що межує із сарказмом.

IV. Висновки

Патогенні тексти шкідливо впливають на реципієнтів, викликають задоволення чи незадоволення, змішані емоції; їх негативний ефект виявляється через вироблення залежності від певної особи, ідеї, страху, породження міфів, стереотипів тощо. Патогенні тексти здатні сприяти маргіналізації суспільства, притуплюють здатність до критичного мислення, відволікають увагу від важливих проблем.

Патогенна медіаінформація корелює з поняттями напруження, стресу, психологічного тиску, комунікативно-маніпулятивних інтенцій, дестабілізації поведінки, культурного дефіциту тощо.

Ознаки патогенності притаманні медіаповідомленням, у яких репрезентовані політичні явища, діяльність влади (внутрішня та зовнішня політика), воєнні конфлікти, військова підготовка, миротворча діяльність, міграція, корупція, техногенні та природні катастрофи, хвороби й епідемії, економічний стан країни (інфляція, зростання цін і комунальних послуг, скорочення робочих місць, зневіра в соціальних гарантіях), кримінал тощо.

У результаті аналізу випусків новин національних телеканалів «1+1», «Інтер» та «ICTV» виявлено, що ознаки патогенності можуть бути приховані в змісті та формі. До домінант першого належать пряме словесне вираження шкідливого змісту та підтекст. Команди телеканалів почасти використовують міфи, стереотипи, проводять історичні аналогії, застосовують методи навішування ярликів, створення контрастів, залякування, надузагальнення, натяків, останнього слова тощо, що значно підвищує рівень патогенності новинного дискурсу.

Загалом значна кількість новин на каналах «1+1» та «Інтер» мають патогенний зміст та підтекст. Деякі сюжети є відкрито патогенними, мають елементи катастрофізації, залякування, небезпеки, співчуття та співпереживання, є надто емоційними, а деякі – мають приховану патогенність. У «Подобицях» на «Інтері» постійно відбувається демонстрація недовіри та неприязні до Президента України В. Зеленського та монобільшості; натомість у випусках «ТСН» на «1+1» або зберігають нейтралітет, або висловлюють підтримку стосовно чинної влади. Випуски програми «Факти» на «ICTV» здаються більш неупередженими порівняно з іншими досліджуваними каналами. Рівень патогенності «Фактів» здебільшого також є нижчим.

Список використаної літератури

1. Боденчук Н. Міф та маніпуляційні стратегії влади. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2013. № 1029-II. Вип. 48. URL: <https://periodicals.karazin.ua/thcphs/article/view/2402> (дата звернення: 17.12.2022).
2. Васильківський Ю., Кіца М. Патогенність рекламного тексту в українському медіапросторі: шляхи викорінення. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. 2012. Вип. 36. С. 359–364.
3. Даниленко В. Баланс позитивних і негативних новин на українських телеканалах. *Образ*. 2021. Вип. 3 (37). С. 38–44.
4. Довженко О. Борис Потятиник: «Немає іншого виходу, крім медіаосвіти». URL: <https://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytika/borys-potyatynuk-nemaye-inshoho-vykhodu-krim-mediaosvity.html> (дата звернення: 10.12.2022).
5. Лігачова Н., Черненко С., Іванов І., Дацюк С. Маніпуляції на ТБ. URL: https://detector.media/php_uploads/files/books/kniga_tb_teror.pdf (дата звернення: 20.01.2023).
6. Паславський І. Надзвичайні ситуації: симбіоз фактів, версій і чуток у медійному просторі. URL: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytika/nadzvychnyi-sytuatsiyi-symbioz-faktiv-versiy-i-chutok-u-mediynomu-prostori.html> (дата звернення: 18.01.2023).
7. Подробности. URL: <https://www.youtube.com/c/podrobnostiua> (дата звернення: 18.01.2023).
8. Почепцов Г. Шоковые события, формирующие социосистемы, как операции влияния. *Mediasapiens*. URL: <http://www.mediaosvita.com.ua/material/3692> (дата звернення: 18.01.2023).
9. Пуцята І. Сучасні методи впливу на підсвідомість глядацької аудиторії в телемарафоні «Єдині новини». *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2022. № 4 (52). С. 69–75.
10. Ральська В. Телебачення як засіб маніпуляції масовою свідомістю (на прикладі українських теленовін). *Науковий блог*. URL: <https://naub.ua.edu.ua/2010/telebachennya-yak-zasib-manipulyatsiji-masovoju-svidomistyju-na-primkadi-ukrajinskykh-telenovyn/> (дата звернення: 05.01.2023).
11. ТСН. URL: <https://www.youtube.com/tsn> (дата звернення: 18.03.2023).
12. Факти ICTV. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCG26bSkEjJc7SqGsxoHNnbA> (дата звернення: 18.03.2023).

References

1. Bodenchuk, N. (2013). Mif ta manipuliatsiini stratehii vlady [Myth and Manipulation Strategies of Power]. *Visnyk Kharkivskohoho nacionaljnogho universytetu imeni V. N. Karazina*, 48, 1029-II. Retrieved from <https://periodicals.karazin.ua/thcphs/article/view/2402> [in Ukrainian].
2. Vasylykivskiy, Yu., & Kitsa, M. (2012). Patohennist reklasnoho tekstu v ukrainskomu mediaprostori: shliakhy vykorinennia [Pathogenicity of Advertising Text in the Ukrainian Media Space: Ways of Eradication]. *Visnyk Ljvivskohoho universytetu. Serija zhurnalistyka*, 36, 359–364 [in Ukrainian].
3. Danylenko, V. (2021). Balans pozytyvnykh i nehatyvnykh novyn na ukrainskykh telekanalakh [Balance of positive and negative news on Ukrainian TV channels]. *Obraz*, 3 (37), 38–44 [in Ukrainian].
4. Dovzhenko, O. (2010). Borys Potyatynuk: «Nemaie inshoho vykhodu, krim mediaosvity» [Borys Potyatynuk: «There is no other way out but media education»]. Retrieved from <https://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytika/borys-potyatynuk-nemaye-inshoho-vykhodu-krim-mediaosvity.html> [in Ukrainian].

5. Lihachova, N., Chernenko, S., Ivanov, I., & Datsiuk, S. (2003). Manipuliatsii na TB [Manipulations on TV]. Retrieved from https://detector.media/php_uploads/files/books/kniga_tb_teror.pdf [in Ukrainian].
6. Paslavskyi, I. (2010). Nadzvychni sytuatsii: symbioz faktiv, versii i chutok u mediinomu prostori [Emergency situations: symbiosis of facts, versions and rumors in the media space]. Retrieved from <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytika/nadzvychni-sytuatsiyi-symbioz-faktiv-versiy-i-chutok-u-mediynomu-prostori.html> [in Ukrainian].
7. Podrobnosty [The Details]. Retrieved from <https://www.youtube.com/c/podrobnostiua> [in Russian].
8. Pocheptsov, H. (2011). Shokovye sobytija, formirujushhie sociosistemy, kak operacii vlijanija [Shock events that form sociosystems as operations of influence]. *Mediasapiens*. Retrieved from <http://www.mediaosvita.com.ua/material/3692> [in Russian].
9. Putsiata, I. (2022). Suchasni metody vplyvu na pidsvidomist hliadatskoi audytorii v telemarafoni «ledyni novyny» [Modern Methods of Influence on the Subconsciousness of the Viewing Audience in the «The Only News» TV Marathon]. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Sotsialni komunikatsii*, 4 (52), 69–75 [in Ukrainian].
10. Ralska, V. (2010). Telebachennia yak zasib manipuliatsii masovoiu svidomistiu (na prykladi ukraïnskykh telenovyn) [Television as a means of manipulation of mass consciousness (on the example of Ukrainian television news)]. *Naukovyi bloh*. Retrieved from <https://naub.ua.edu.ua/2010/telebachennya-yak-zasib-manipulyatsiji-masovoyu-svidomistiu-na-prykladi-ukraïnskykh-telenovyn/> [in Ukrainian].
11. TSN. Retrieved from <https://www.youtube.com/tsn> [in Ukrainian].
12. Fakty ICTV [The Facts of ICTV]. Retrieved from <https://www.youtube.com/channel/UCG26bSkEjJc7SqGsxoHNnBA> [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 29.04.2023.

Received 29.04.2023.

Rula N., Shulzhenko A. Pathogenicity as a Feature of the News Discourse of Ukrainian TV Channels: Content Level

Relevance of the study. Today, in the period of psychological and information wars, it is timely to identify pathogenic texts in the mass information actively distributed in the Ukrainian television media space. The purpose of the research is to analyse the pathogenic text as a means of manipulation in the news discourse of Ukrainian national TV channels at the content level.

Methodology. During the research problem-thematic, descriptive-analytical, comparative methods, analysis of Ukrainian scientific works devoted to the problem of pathogenic text, its features, criteria, types, methods of influencing recipients, ways of neutralizing pathogenicity were used; synthesis of received scientific information.

Results. As a result of the analysis of news broadcasts of national TV channels, it was found that signs of pathogenicity can be hidden in the content and form. Dominants of content include direct verbal expression of harmful content and subtext. At this level consciously or unconsciously various tools of manipulative and therefore pathogenic influence are used: the use of myths, stereotypes, historical analogies, labelling, creating contrasts, intimidation, overgeneralization, hints, the last word, etc., which significantly increases the level of pathogenicity of news discourse. Pathogenic texts have a harmful effect on recipients, cause satisfaction or dissatisfaction, mixed emotions; their negative effect is manifested through the development of dependence on a certain person, idea, fear, generation of myths, stereotypes, etc. Pathogenic texts can contribute to the marginalization of society, dull the ability to think critically, and divert attention from important problems.

The scientific novelty of the article lies in the fact that for the first time an attempt was made to systematically analyze the pathogenic text as a means of manipulation in the news discourse of Ukrainian national TV channels («1+1», «Inter», «ICTV») for five years at the content level, the techniques are described influence on the audience.

Practical meaning. The results of the study can be used to develop measures regarding the environmental friendliness of the Ukrainian media space and the development of critical thinking of the viewing audience.

Key words: media, television, pathogenic content, manipulation, level of content.

Rula N., Shulzhenko A. Patogeniczność jako cecha dyskursu informacyjnego ukraińskich kanałów telewizyjnych: poziom treści

Cel badania – analiza tekstu patogenicznego jako środka manipulacji w dyskursie informacyjnym ukraińskich krajowych kanałów telewizyjnych («1+1», «Inter», «ICTV») na poziomie treści, opis techniki wpływu na audytorium.

Metodologia badania. Opierając się na celu wywiadu naukowego, dla scharakteryzowania dyskursu informacyjnego zastosowano metodę obserwacji, metodę problemową i tematyczną, opisowo-

analityczną i porównawczą; analiza ukraińskich prac naukowych poświęconych problematyce tekstu patogenicznego, jego cechom, kryteriom, typom, metodom oddziaływania na odbiorców, sposobom neutralizacji patogeniczności; synteza uzyskanej informacji naukowej; uogólnienie i sformułowanie wniosków.

Wyniki. W wyniku analizy przekazów informacyjnych krajowych kanałów telewizyjnych ujawniono, że oznaki patogeniczności mogą być ukryte zarówno w treści, jak i w formie. Dominantami treści są bezpośrednie słowne wyrażanie szkodliwych treści i podtekst. Na tym poziomie świadomie lub nieświadomie stosowane są różne narzędzia manipulacyjnego, a więc i patogenicznego wpływu: wykorzystanie mitów, stereotypów, analogii historycznych, przyklejanie etykiet, tworzenie kontrastów, zastraszanie, nadmierne uogólnianie, aluzje, ostatnie słowo itp., co istotnie powiększa poziom patogeniczności dyskursu informacyjnego. Teksty patogeniczne działają szkodliwie na odbiorców, wywołują zadowolenie lub niezadowolenie, mieszane emocje; ich negatywny efekt przejawia się poprzez rozwój uczucia uzależnienia od określonej osoby, idei, lęku, generowania mitów, stereotypów itp. Teksty patogeniczne mogą przyczyniać się do marginalizacji społeczeństwa, przytępiają zdolność do krytycznego myślenia i odwracają uwagę od ważnych problemów.

Naukowa nowość artykułu polega na tym, że po raz pierwszy podjęto próbę systemowej analizy tekstu patogenicznego jako środka manipulacji w dyskursie informacyjnym ukraińskich krajowych kanałów telewizyjnych («1+1», «Inter», «ICTV») w ciągu pięciu lat na poziomie treści, opisywane są techniki wpływu na audytorium.

Znaczenie praktyczne. Wyniki badania mogą być wykorzystane w celu projektowania środków dotyczących ekologiczności ukraińskiej przestrzeni medialnej i rozwoju krytycznego myślenia audytorium.

Słowa kluczowe: media, telewizja, treść patogeniczna, manipulacja, poziom treści.