**УДК 81'42+179.1**

**Н. М. Ліщинська,**

кандидат філологічних наук, доцент кафедри

документознавства, інформаційної діяльності

та українознавства

**ПАТОГЕННИЙ ТЕКСТ ЯК ЗАСІБ МАСОВОЇ МАНІПУЛЯЦІЇ**

***Анотація***

*У статті досліджено природу патогенних текстів, механізми їх поширення та впливу на особистість і маси. Предметом особливої уваги є формальні та змістові ознаки патогенності, форми її вияву, різновиди, механізми й наслідки дії маніпулятивного впливу.*

***Ключові слова:*** *патогенний текст, форми патогенності, маніпулятивний вплив, маніпуляція.*

Сучасний інформаційний простір є досить неоднорідним. Найбільшу загрозу для споживачів інформації в ньому становлять патогенні тексти – тексти, які «завдають чи можуть завдати шкоди моральному і психічному здоров’ю окремої особи, нації, держави, людства», є неякісними, містять механізми, що змушують читача змарнувати свій час. Більшість із них на перший погляд може здаватися звичайними інформаційними повідомленнями, але якщо вчасно не помітити їх шкідливості, вони починають «керувати» спочатку окремими особистостями чи суспільними групами, а згодом – і суспільством загалом. Особливо багато таких текстів з’являється в умовах економічної кризи та війни, що, на жаль, стали реаліями життя сучасної України. Тому вивчення природи патогенних текстів і способів їх знешкодження є надзвичайно **актуальним**. Перше ґрунтовне дослідження таких текстів належить Б. Потятинику та М. Лозинському, які видали книгу «Патогенний текст»; критерії патогенності вивчали також Л. Масімова, С. Проскуріна; К. Серажим виділяє ряд журналістських текстів патогенного характеру: телепередачі, рекламу, новини, газетні тексти, досліджує їх вплив на різні вікові категорії реципієнтів; критерії та ознаки патогенності реклами в українських ЗМІ дослідила М. Кіца. Ми ж зосередимося на вивченні природи патогенного тексту, визначенні психологічних домінант його впливу та механізмі маніпуляції свідомістю реципієнта.

**Метою** нашого **дослідження** є систематизація ознак патогенних текстів, вивчення їхньої природи, особливостей поширення та функціонування, а також механізмів впливу на особистість. Його **об’єктом** – поширювані сучасними ЗМК тексти, за допомогою яких здійснюється маніпулятивний вплив, та їх зміст, що негативно впливає на свідомість, погляди і переконання споживачів масмедійних продуктів. **Предмет дослідження** – ознаки патогенності текстів, механізми дії та наслідки впливу таких текстів на свідомість споживачів масової інформації.

Для початку з’ясуємо, якою є природа патогенного тексту. Відомо, що патогенним є шкідливий текст, але, як слушно зауважив В. Кубко, «шкідливий текст не завжди патогенний. Наприклад, шкідливий для злочинця вирок не є патогенним для суспільства». На думку Б. Потятиника, «патогенні тексти спрямовані на підрив віри в Бога, державних і національних інтересів, становлять загрозу глобальній безпеці та суспільній моралі, мають шкідливий психологічний вплив, спонукають до нехтування основними правами і свободами людини».

Як виявити риси патогенності у тексті? Сучасні дослідники по-різному відповідають на це питання. К. Серажим, дотримуючись традиційного підходу до трактування патогенних текстів, визначає їх як такі, що «містять пропаганду класової, расової ворожнечі, порнографію, гіперболізовану рекламу, тексти тоталітарного спрямування», а головною ознакою патогенних текстів, на думку дослідниці, є маніпуляційний сплив, які вони чинять на особистість. На думку Л. Г. Масімової, патогенним є текст, «у який вмонтовано механізм, що змушує читача змарнувати свій час. І це не обов’язково тексти, в яких зображується еротика заради еротики, або насильство заради насильства. Це тексти на перший погляд безневинні, адже вони дотримуються усталених норм моралі. […] Шкідливість таких текстів полягає в тому, що вони привчають споживати інформацію, не докладаючи жодних зусиль, таким чином виробляють звичку некритичного сприйняття текстів».

На нашу думку, ознак патогенності слід шукати на рівні самого тексту і в контексті, де був створений та функціонує текст (тобто, у його інформаційному оточенні).

Отже, на текстовому рівні виділяються домінанти змісту і форми. До перших відносимо:

* власне текст (пряме словесне вираження негативного змісту тексту). Патогенність, виражена текстом у прямому значенні найбільш помітна. Її можна назвати прямою або тематичною. Приклади такої патогенності знаходимо у текстах російської пропаганди, де прямо висловлюється агресія проти всього українського (Див. аналіз публікації А. Медвєдєева «Антивоенный митинг российской оппозиции потребовал не вмешиваться в крымские дела», де показано різні способи маніпуляції матеріалом);
* підтекст (негативний зміст тексту прочитується «між рядків»: прихована патогенність). Наприклад, рекламні тексти, які пропагують певний стиль поведінки, спонукають до певних дій. Реклама горілки «Мороша»: «Справжній карпатський бренд на мінеральній воді» спонукає реципієнта до хибної думки про те, що цей міцний алкогольний напій зовсім не шкідливий, а тому його можна вживати, не обмежуючи себе.

До домінант форми належать:

* мовне оформлення тексту. Маємо на увазі словесну агресію або «мову ворожнечі» (Тетяна Кузнєцова) – це слова та вирази (часто підсилені невербальними засобами спілкування), що виражають негативне ставлення до адресата. Мова агресії проявляється у негативній метафоризації, наприклад, використанні метафор війни, ненависті, катастрофи та ін. у мові преси, художньої літератури, радіо, телебачення, комп’ютерних ігор, інтернет-сайтів тощо. Тетяна Кузнецова ілюструє це заголовками рубрик та підрубрик газети «Україна молода» (2012). Рубрика «Інфорум»: підрубрики – «Епідемія», «Трагедія», «Горимо!», «Аварія», «Кримінал», «Є проблема» та ін. Рубрика «Світ»: підрубрики – «Гаряча точка», «Війна», «Тероризм», «Стихія», «Конфлікт», «Небезпека», «Втрата», «Жах!». Подібні приклади можна зустріти у добірках новин на багатьох блогах або при перегляді телівізійни ток-шоу, де опоненти часто не дотримуються толерантності у висловлюваннях та поведінці;
* форма представлення тексту: друкований (мова преси), виголошений усно (усне публічне мовлення, наприклад, мітингова промова, що містить заклики до сепаратизму), візуалізований (телевізійні програми, відео, інтернет-інформація, яка може поєднувати друковане слово й візуалізацію, наприклад, описані й проілюстровані відео сцени насилля). За силою впливу аудіовізуальні тексти й живе безпосереднє спілкування з аудиторією є більш впливовими, оскільки інформація сприймається кількома рецепторами (у нашому випадку – слухом і зором);
* жанр тексту. Найбільше патогенних текстів зустрічаємо в сучасній російській пропаганді та новинах, рекламних повідомленнях, документах (яскравий приклад – закони, що обмежують право людини на волевиявлення, прийняті Верховною Радою України 16 січня 2014 р., які згодом скасували).

Позатекстовий рівень патогенності характеризують:

* інтенційність тексту (авторський задум);
* контекст, у якому він був створений;
* сфера функціонування тексту (для якої аудиторії був створений текст, як він був сприйнятий, який вплив мав на аудиторію);
* поширюваність;
* маніпулятивність.

Ці домінанти тісно зв’язані між собою. Інтенційність (авторський задум) часто може бути породжена суспільною ситуацією, на тлі якої постав текст. Якщо він створений із метою навіювання, маніпуляції, поширення неправдивої або спотвореної інформації, такий текст ще до своєї появи є патогенним.

В окремих випадках контекст може зробити текст патогенним: наприклад, текст-знак (гасло, окреме слово), що є сигналом до початку негативних дій, поза контекстом може не мати жодних ознак патогенності. Це може бути навіть спонтанна емоційна реакція на певні дії. Уявімо ситуацію: під час політичного ток-шоу тривають гострі дебати. Опоненти поводяться не толерантно, відверто ображаючи один одного. І раптом один вирішує піти, щоб не розпалювати конфлікт. У журналіста-ведучого, який довго не міг контролювати ситуацію в студії, вихоплюється: «Нарешті!». Його репліка сама по собі нічого поганого не означала, але в контексті ситуації набула рис патогенності, бо загострила конфлікт: опонент, що покинув дебати, сприйняв це як особисту образу («Нарешті пішов!») а частина публіки, що його підтримувала, скерувала свій гнів на журналіста.

Отже, контекст може «диктувати» певне прочитання тексту, надаючи останньому рис патогенності. Згадаймо викривлене трактування текстів Ніцше, Маркса, на основі яких сформувалися ідеологічні засади тоталітаризму й марксизму-ленінізму, хоч за авторським задумом ці тексти не були патогенними. З іншого боку, контекст може створюватися саме патотекстами, що ми маємо сьогодні в Україні: інформаційна війна породила надзвичайно велику кількість текстів, які підривають основи української державності, спотворюють наше моральне обличчя в очах світу.

Сфера функціонування тексту також має значення. Від неї залежить, наскільки сильний ефект матиме той чи інший патогенний текст. Якщо певна деструктивна ідея поширюється у сформовану масу, вона матиме більший негативний вплив, ніж коли поширювалася б серед освічених немасифікованих людей.

Щодо поширюваності, патогенні тексти, подібно до вірусів, дуже швидко множаться («листи щастя», спам, фейкова інформація, «нігерійські листи», флуд тощо) часто завдяки словесному залякуванню реципієнта, що з ним станеться щось погане, якщо не поширити певну інформацію, або прямій погрозі розправи (як у фашистській пропаганді). Створені і поширенні один раз автором-маніпулятором, такі тексти апелюють до свідомості особистості і продовжують «самостійне життя», змушуючи інших людей поширювати їх. Часто їх зміст може передаватися усно у вигляді чуток, недомовленостей, які поступово обростають новими деталями і здатні сприйматися людьми як вагомі аргументи у доведенні власних думок (мешканці окупованих українських територій під впливом пропаганди звинувачують у своїх негараздах американців, бо нібито вони фінансували і спланували Помаранчеву революцію).

Дії текстів, здатних впливати на нашу свідомість та підсвідоме, піддаються не лише окремі люди. За допомогою таких текстів відбувається маніпуляція масовою свідомістю. Спробуємо описати механізм такої маніпуляції.

За вченням французького психолога Гюстава Ле Бона, викладеного у праці «Психологія народів і мас», що з’явилася ще наприкінці ХІХ століття, маніпуляція суспільною свідомістю здійснюється «шляхом застосування трьох інструментів […]: перебільшення, ствердження і безкінечного повторення, що яскраво ілюструє сучасна ситуація у нашому суспільстві».

Існує декілька форм маніпуляції:

* створення міфів;
* нав’язування стереотипного сприйняття світу: світ чужий, отже ворожий;
* повторення;
* «навішування ярликів»;
* залякування, катастрофізація;
* метод психологічного шоку (накопичення негативної інформації);
* вибірковий підбір фактів (часткове висвітлення подій, часто таких, які вигідні маніпуляторові);
* метод відволікання уваги (т. зв. кліпмейкерство).

Ці форми маніпуляції застосовуються паралельно, але й можуть бути частинами т. зв. «маніпуляційної схеми». Схематично механізм маніпуляції свідомістю людини можна зобразити у вигляді концентричних кілець, у центрі яких стоїть патотекст (найчастіше міф), що поступово руйнує здатність критично мислити. Зародившись у свідомості маніпулятора, міф поширюється через засоби масової комунікації і, паралельно, як звичайна чутка, але завдяки постійному повторенню і штучно дібраним «фактам» на підтвердження сказаного, сприймається як правда. Такий патогенний текст породжує стереотипи. Людина автоматично починає вірити в те, що їй нав’язується як абсолютна істина, і втрачає критичність мислення, а отже, творить свої міфи, таврує справжні цінності й факти нав’язаними їй ярликами, почувається загубленою і розгубленою. Прагнучи позбутися відчуття дискомфорту, вона шукає однодумців, а згодом її індивідуальність повністю розчиняється у масі. Відбувається своєрідна «втеча від свободи критично мислити», що веде до залежності від чиєїсь думки та колективного підсвідомого (К.-Г. Юнг) і виникнення масифікованої людини-гвинтика, якою легко керувати. Далі у дію вступають інші форми маніпуляції, метою яких є постійне підживлення масової свідомості та управління масою, – накопичення негативної інформації, частковий підбір фактів, вигідних маніпуляторові (особливо у випусках новин), відволікання уваги (наприклад, вкраплення реклами благодійного фонду у сюжети про життя малозабезпечених верств населення суттєво спотворює їх справжнє призначення: замість привернути увагу суспільства до потреб таких людей, на перший план виходить реклама, бо вона вступає у «смисловий дисонанс» зі сказаним).

Описаний механізм призводить до створення нових міфів, чуток і стереотипів, а також до появи нових масифікаторів усередині маси, здатних більш ефективно керувати нею, ніж зовнішній масифікатор. Отже, виникає залежність людини від патогенної інформації, шкідливості якої вона не помічає. «Виправити» таку ситуацію може демасифікація шляхом надання альтернативної, правдивої інформації, медіаосвіта, контроль інформаційних потоків з боку держави.

Дослідження показало, що основними ознаками патогенності тексту є його негативний вплив на свідомість особистості (що проявляється через вироблення залежності від певної особи чи ідеї, породження міфів, стереотипів, руйнування здатності критично мислити), моральні та суспільні цінності. Такі тексти є «інформаційно порожніми», бо не складають ніякої цінності, але ведуть до витрачання часу.

Патогенність проявляється на рівні змісту (інформаційного наповнення тексту), форми, впливу на свідомість реципієнта у певному контексті, а також на рівні «конфлікту інтерпретацій»: один текст сприймається реципєнтами зовсім по-різному в силу різного контексту (позатекстового чинника, який визначається інформаційним досвідом, що формується під впливом інформаційного оточення). У цьому випадку патогенність «виноситься поза текст».

Як потужний засіб масової маніпуляції патогенний текст через постійне поширення підтвердження «потрібних фактів» і повторення здатен масифікувати людей, позбавляючи їх критично мислити, а отже, і майбутнього. Нейтралізувати дію таких текстів можна через постійне, правдиве і неупереджене поширення інформації, медіаосвіту, грамотна інформаційна політика держави.

***Abstract***

*The article is dedicated to studying of pathogenic texts’ nature, ways of their spreading and influence on person or masses. A special attention is given to content and form of pathogenic texts, ways of their existing and consequences of effect.*

***Key words:*** *pathogenic text, kinds of pathogenic texts, manipulative effects, manipulation.*

***Аннотация***

*В статье исследована природа патогенных текстов, механизмы их распостранения, влияние на личность и массы. Предметом особенного внимания являются формальные и смысловые признаки патогенности, формы, механизмы и последствия манипулятивного влияния.*

***Ключевые слова:*** *патогенный текст, формы патогенности, манипулятивное влияние, манипуляция.*

**Список використаної літератури**

1. Бойко С. Т. Медіаосвіта як складова професійної компетентності психолога в інформаційному суспільстві [Електронний ресурс] / С. Т. Бойко. – Режим доступу: <http://www.psyh.kiev.ua>
2. Довженко Отар. Борис Потятиник: «Немає іншого виходу, крім медіаосвіти» [Електронний ресурс] / Отар Довженко, Борис Потятиник. – Режим доступу: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analityka/borys-potyatynyk-nemaye-inshoho-vykhodu-krim-mediaosvity.html>
3. Кендюхов А. Охота на ведьм или манипуляция массовым сознанием [Электронный ресурс] / А. Кендюхов. – Режим доступа: <http://kendyuhov.in.ua/index.php?type=all&name=blogposts%2Fohota_na_vedm.htm>
4. Кіца М. Критерії та ознаки патогенної реклами в українських ЗМІ [Текст] / М. Кіца // Теле- та радіожурналістика. – 2014. – Випуск 13. – С. 241-246.
5. Кубко В. П. Документна лінгвістика. Конспект лекцій [Текст] / В. П. Кубко. – Одеса: Наука і техніка, 2007. – С. 23-25.
6. Кузнецова Т. Про мову ворожнечі у ЗМІ [Електронний ресурс] / Т. Кузнецова. – Режим доступу: <http://video.mediasapience.ua/show/lektsiyi/2017-jak_unikati_movi_nasilstva_u_zhurnalistskih_materialah_01.06.2014>
7. Масімова Л. Г. Критерії патогеності текстів [Електронний ресурс] / Л. Г. Масімова // Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/portal/socgum/nzizh/2010 \_ 41/Masimova.pdf](http://nbuv.gov.ua/portal/socgum/nzizh/2010%20_%2041/Masimova.pdf)
8. Медведев Андрей. Антивоенный митинг российской оппозиции потребовал не вмешиваться в крымские дела [Электронный ресурс] / Андрей Медведев. – режим доступа: <https://www.dropbox.com/s/pesd7qhd5f5703o/vesti-katz.png>
9. Покальчук О. Мурашиний слід [Електронний ресурс] / О. Покальчук. – Режим доступу: <http://dt.ua/columnists/murashiniy-slid-_.html>
10. Потятиник Б. В. Медіа: ключі до розуміння [Текст] / Б. В. Потятиник. – Львів : ПАІС, 2004. – 312 с.
11. Потятиник Б., Лозинський М. Патогенний текст: монографія [Текст] / Б. Потятиник, М. Лозинський. – Львів: Місіонер, 1996. – 296 с.
12. Проскуркіна С. Семантичний простір сучасного публіцистичного тексту [Електронний ресурс] / С. Проскуркіна. – Режим доступу: <http://bibl.kma.mk.ua/pdf/naukpraci/movoznavtvo/2010/138–125–12.pdf>
13. Рак О. Ю. Патогенна та маніпулятивно-комунікативна інтенція впливу медіатексту на деструкцію свіломості людини [Електронний ресурс] / О. Ю. Рак // Парадигма пізнання: гуманітарні питання. – 2015. - № 5 (8). – Режим доступу: <http://naukajournal.org/index.php/Paradigm/article/view/586>
14. Серажим К. С. Журналістський текст патогенного характеру / Серажим К. С. // Держава та регіони : науково-виробничий журнал. – 2010. – № 2.– С. 161–171.
15. Скорікова Д. В. Психологічний аспект тексту [Електронний ресурс] / Д. В. Скорікова. – Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1992>