

УДК 316.77; 070  
DOI 10.23683/2227-8656.2018.6.7



**ТРАНСФОРМАЦИЯ  
МАНИПУЛЯТИВНЫХ  
ПРАКТИК  
В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА  
И ЭТИКА ЖУРНАЛИСТА  
В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ**

**TRANSFORMATION  
OF MANIPULATIVE  
PRACTICES  
IN MODERN MEDIA  
AND JOURNALISTIC ETHICS  
IN THE DIGITAL AGE**

**Капитан Татьяна Филипповна**

Старший преподаватель,  
Южный федеральный университет,  
г. Ростов-на-Дону, Россия,  
e-mail: tat-kapitan@yandex.ru

**Tatyana F. Kapitan**

Senior Lecturer,  
Southern Federal University,  
Rostov-on-Don, Russia,  
e-mail: tat-kapitan@yandex.ru

В статье рассматривается проблема манипуляции массовым сознанием в современных российских и зарубежных СМИ. Автор показывает, как в условиях развития информационно-коммуникационных технологий возрастает роль профессиональной этики журналиста. Различные исследования фиксируют снижение степени доверия к СМИ, что во многом обусловлено падением уровня профессиональной этики журналистов, допущением преднамеренных и непреднамеренных ошибок, использованием медиа как инструмента в информационных войнах. Автор анализирует примеры манипулятивного воздействия современных СМИ и показывает специфику влияния новых медиа на массовое сознание. В условиях перехода к сетевому обществу и всевозрастающей роли информационных процессов, нарастания социального напряжения и

The article deals with the problem of manipulation of the mass consciousness in the modern Russian and foreign media. The author shows how in the conditions of the development of information and communication technologies the role of professional ethics of a journalist is increasing. Various studies have documented a decline in trust in media, which is largely due to the decline in the professional ethics of journalists, amount of intentional and unintentional errors, and the use of media as a tool in information wars. The author analyzes examples of the manipulative influence of modern media and shows the specificity of the influence of new media on the mass consciousness. In the context of the transition to a networked society and the ever-increasing role of information processes, the growth of social tension and confrontation, both within the country and in the international arena, it is

противоборства как внутри страны, так и на международной арене необходимо обратиться к основополагающим принципам профессиональной этики. Автор показывает, что несоблюдение норм профессиональной этики негативно сказывается не только на системе СМИ, уровне доверия к ним, но и в целом на социальной ситуации, способствует социальному напряжению, формированию у людей чувства страха, потерянности, отсутствия ориентиров.

**Ключевые слова:** журналистика; средства массовой информации; профессиональная этика; манипуляция; дезинформация; массовое сознание.

necessary to turn to the fundamental principles of professional ethics. The author shows that not adhering to the norms of professional ethics adversely affects not only the media system, the level of trust in it, but also the social situation as a whole, contributing to social tension, the formation of feelings of fear, loss, and lack of guidelines.

**Keywords:** journalism; mass media; professional ethics; manipulation; misinformation; mass consciousness.

## Введение

XXI в. принес интенсификацию информационных процессов, возрастание информационного шума, а в связи с этим и актуализацию вопроса профессиональной этики журналистов. Людям достаточно сложно ориентироваться в многосторонних потоках информации, в условиях возрастающих в масштабах и силе манипулятивных воздействий, дезинформации и информационного шума. Опросы общественного мнения показывают, что в последние годы очевидна тенденция снижения доверия к институту журналистики и средствам массовой информации. Во многом это обусловлено падением уровня профессиональной этики журналистов, допущением преднамеренных и непреднамеренных ошибок, использованием медиа как инструмента в информационных войнах. По большому счету средства массовой информации перестали быть «четвертой властью» – самостоятельным актором, осуществляющим функцию социального контроля над другими институтами общества, влияющим на социальные процессы посредством формирования общественного мнения. Современные медиа являются не более чем инструментом, рупором тех или иных сил, становятся оружием в информационном противостоянии.

Помимо данной тенденции, следует также отметить, что развитие информационно-коммуникационных технологий, в частности, интернет-пространства, социальных сетей, привело к стиранию границ между аудиторией и журналистом, большему распространению так называемой гражданской журналистики, а вследствие и к дополнительному снижению требований к уровню профессиональных компетенций и профессиональной этики. Большая часть журналистов так или иначе

вступают во взаимодействие с аудиторией на площадках социальных сетей, различных информационных ресурсах, форумах, в блогах и т.д. При этом манипулятивные практики переключаются из традиционных медиа в новые, где получают больший простор для реализации.

### **Теоретические основы**

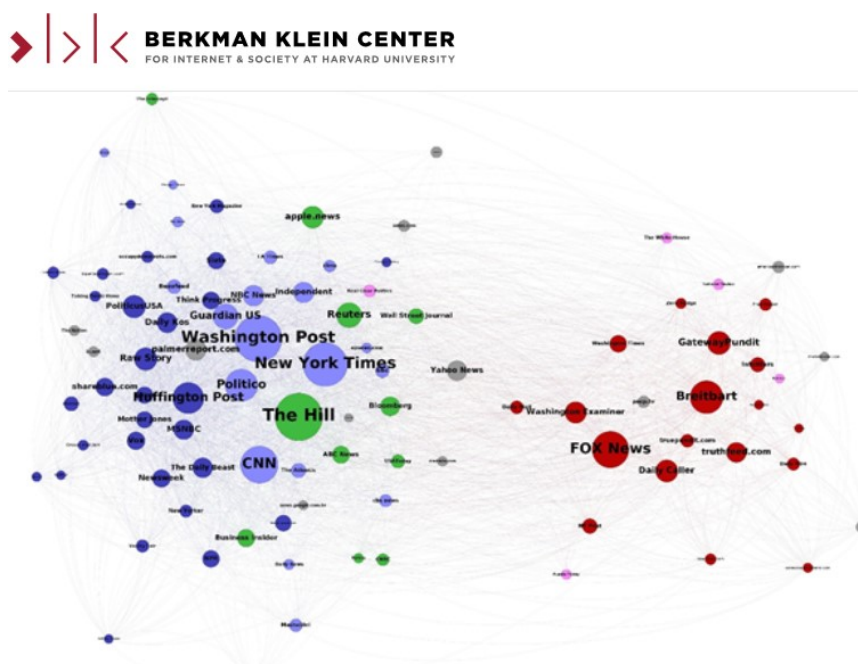
Проблемы манипуляций в средствах массовой информации находятся в центре исследовательского внимания уже относительно давно, так как очевидным является влияние, которое способны оказывать СМИ на общественное мнение и массовое сознание. В большей части работ, посвященных изучению манипуляций массовым сознанием, анализируются манипулятивные практики и технологии воздействия, а также приемы психологической защиты. Современные исследователи изучают потенциал медиа в формировании ценностных установок, а также механизмы их формирования в современных средствах массовой информации (Фролова, 2016. С. 128). Также уделяется внимание вербальным и невербальным средствам манипуляции (Катенева, 2010. С. 10). Современные исследователи проявляют особый интерес к проблеме воздействия СМИ на массовое сознание (Антонова, 2007. С. 15). Манипулятивное воздействие в рамках взаимодействия журналист – целевая аудитория рассматривает Г.Г. Почепцов (Почепцов, 2001. С. 150). Психологические аспекты в манипулятивном воздействии СМИ изучает С.Г. Кара-Мурза (Кара-Мурза, 2000).

Пропаганду и дезинформацию как манипулятивные практики рассматривают Y. Benkler, R. Faris, H. Roberts, N. Bourassa (Benkler, 2018). В зарубежной научной мысли применяется методология медиаоблака для выявления сетевых структур, образующихся вокруг тех или иных тем и проблем, стремящихся создать определенные фреймы из восприятия, расставляющих акценты внимания и целенаправленно влияющих на общественное мнение.

### **Результаты**

Исследователи сходятся во мнении, что возрастающий информационный шум и падение качества информации, а также снижение уровня доверия к СМИ – результат не столько развития информационно-коммуникационных технологий и распространения социальных сетей, сколько социально-политической обстановки. Так, Бенклер разработал карту информационных сообщений и ссылок за период три года до выборов 2016-го и год после (рисунок). На эту карту были нанесены сообщения в Twitter, Facebook, материалы на новостных сайтах, в бло-

гах и на форумах. Исследование было направлено на выявление взаимосвязей в освещении событий. В результате был получен вывод о поляризации информационных ресурсов, однако, к удивлению исследователей, разделение проходит не по классическому принципу левая – правая идеология, а скорее по принципу правое крыло – весь остальной идеологический спектр. В целом сложившаяся «экосистема», по оценке исследователей, характеризуется распространением дезинформации. При этом внимание аудитории тем более активно, чем более смещены вправо оценки того или иного медиа (Benkler, 2018).



**Карта медиаактивности в американских медиа с 22 января 2017 г. по 21 января 2018 г.: темно-синий цвет – левые; голубой – левые центристы; зеленый – центристы; сиреневый – правые центристы; красный – правые**

Средства массовой информации, относящиеся к крайне правым или левым идеологиям, имеют склонность, как выяснили исследователи, жертвовать достоверностью в пользу продвижения идей партии, что способствует распространению дезинформации и является целенаправленной манипуляцией, идущей вразрез с профессиональной этикой журналиста. Однако положительным фактором является стремление центристских медиа к проверке фактов и поддержанию ответственности журналистского сообщества за нарушения, что служит определенным барьером для окончательной дестабилизации ситуации. Менее ангажированные средства массовой информации имеют мень-

шую склонность к распространению дезинформации и более высокие стандарты профессиональной этики.

В России ситуация стоит, возможно, даже более остро, так как практически не существует поляризации информационного пространства: оно однородно, практически нет противоборствующих позиций, большая часть медиа ангажирована. Наиболее эффективным инструментом в манипуляциях остается телевидение, что обусловлено и его высокой популярностью, и спецификой подачи и восприятия информации. Фрагментарность, дробление информации создают иллюзию ее разносторонности и оперативности подачи. В результате обычные телезрители не имеют возможности сформировать целостную картину социально-политических явлений или событий и вынуждены ориентироваться на порой изменчивые трактовки, предлагаемые СМИ. Это создает дополнительные возможности для манипуляции аудиторией, акцентирования ее внимания на одних сторонах события при умалчивании или затемнении других, формирования повестки дня. В конечном счете фрагментарность подачи информации приводит к дезориентации аудитории, в результате чего либо интерес к тем или иным вопросам угасает, наступает политическая апатия, либо формируются установки, транслируемые через СМИ.

Если говорить о конкретных приемах, используемых средствами массовой информации для манипуляции массовым сознанием, то исследователи предлагают следующую их классификацию.

1. Наклеивание ярлыков. Один из наиболее распространенных приемов манипуляции, встречающийся довольно часто в современных СМИ, не теряющий от этого своей силы воздействия. Ярлыки навешиваются политическим оппонентам и входят в широкий обиход, приживаются в массовом сознании и становятся частью картины мира. К подобным ярлыкам можно отнести такие выражения, вошедшие в обиход СМИ, как «киевская хунта», «агенты госдепа», «грантоеды». Использование подобных ярлыков и открытой манипуляции, с одной стороны, широко распространено в современных СМИ, с другой – осуждается с точки зрения профессиональной этики (Рубцов, 2018).

2. Использование кличек. Данный прием направлен на унижение оппонента в глазах аудитории, формирование к нему несерьезного, негативно окрашенного отношения. Так, в оппозиционных медиа по отношению к В. Путину распространены такие клички, как, к примеру, Пу, Чекист. В свою очередь, лидера оппозиции А. Навального на телевизионных каналах никогда не называют по имени, а нарекают так или иначе, начиная с Саакашвили и заканчивая персонажем.

3. Техника создания негативных ассоциаций. Данный прием заключается в активизации в памяти человека какого-либо отрицательного образа и переносе его на конкретную личность или событие. Наиболее ярким и распространенным примером являются постоянные отсылки в средствах массовой информации к Майдану и выражения «вы хотите как на Украине?», которые используются как аргументы в политических дискуссиях.

4. Переключение внимания. Данный прием может использоваться в рамках формирования повестки дня, когда, к примеру, внешнеполитическая повестка вытесняет в прайм-тайм вопросы внутренней политики, при этом акцент делается на конфликтах и угрозах (еще один прием – запугивание). Кроме того, этот прием может быть использован в качестве вспомогательного, например, для переключения внимания на госдолг США, когда речь заходит о проблемах в экономике страны.

5. Запугивание. Косвенно мы затронули данную технологию выше. Нагнетание страха, акцент внимания на угрозах призван отключить рациональное мышление и включить аффективное восприятие, когда человек, находясь в состоянии страха за собственную безопасность перед лицом внешнего врага, готов будет воспринять любое сообщение некритично. Сюда можно отнести наращивание риторики «сжимающегося кольца врагов», угрозы терроризма и т.д.

6. Аппелляция к конкретным фактам и документации, ссылка на авторитеты. Человек склонен больше доверять информации, в которой есть ссылка на авторитетное лицо, эксперта или документы. При этом в большинстве своем люди не тратят время на проверку источников, из которых зачастую информация берется вне контекста, лицо вообще фальсифицируется. Одним из примеров является статья о том, что МВФ признал статус Крыма в составе России. В многочисленных статьях и репортажах на данную тему приводятся ссылки на доклад МВФ о европейской экономике за ноябрь<sup>1</sup>. При этом опускается тот факт, что сам МВФ в докладе подчеркивает, что данные отчета не являются выражением политической позиции по принадлежности тех или иных территорий каким-либо государствам, а включение показателей Крыма в российскую экономику объясняется тем, что данные по региону предоставляются Россией как страной, де-факто контролирующей территорию.

Зачастую медиа прибегают к эмоциональному давлению и символизму для влияния на массовое сознание и смещение общественного

---

<sup>1</sup> МВФ признал Крым и Севастополь частью России // Правда.ру. Режим доступа: <https://www.pravda.ru/news/world/europe/16-11-2018/1399980-krym-0/>.

мнения в ту или иную сторону. Так, перед вторжением в Кувейт в 1991 г. в США распространялся образ рыдающего подростка (как позже оказалось, родственника влиятельного беженца из Ирака), который заявлял, что видел, как иракские солдаты бросают младенцев на пол – образ, использовавшийся для формирования ярости и нетерпимости по отношению к Ираку, чтобы в дальнейшем обосновать необходимость войны. В 2003 г. для аналогичных целей использовался образ спасения Джессики Линч (Hutchinson, 2008). Обе ситуации были откровенно дезинформацией, но транслировались средствами массовой информации, несмотря на принципы профессиональной этики, для конкретных утилитарных целей.

Из реалий российских СМИ наиболее ярким случаем признанной фальсификации являются репортажи о «распятом» в Славянске мальчике. Этот образ, повергший в праведный гнев и ужас большую часть страны, был создан и использовался для манипуляции массовым сознанием.

Современная российская журналистика характеризуется наличием большого количества системных проблем. Одним из главных противоречий профессиональной этики является ангажированность многих средств массовой информации, тогда как и закон о СМИ, и Кодекс профессиональной этики требуют независимости, объективности, разграничения факта и мнений. Кроме того, зачастую журналисты не признают своих нарушений, не готовы публиковать опровержения и приносить публичные извинения, как того требует профессиональная этика, а зачастую и общественность. Так, после дезинформации на канале «Россия 1», где в ходе прямого эфира взяли интервью, как оказалось, у «ранее погибшей жертвы массового убийства» в Керчи, канал не выпустил опровержения, извинения же и объяснения были принесены на официальной странице Instagram<sup>1</sup>, а не в той же передаче («60 минут»), как того требуют закон о СМИ и профессиональная этика.

Помимо политических факторов, манипуляция в СМИ объясняется тем, что медиа тесно связаны с «экономикой внимания» (Boyd, 2012). Медиа стремятся завладеть вниманием аудитории, перехватить его у конкурентов. При этом страх как наиболее сильная и мотивирующая эмоция является одним из основных инструментов. Это объясняет тенденцию СМИ к негативной повестке дня.

---

<sup>1</sup> «Россия 1» признала, что интервью с «Алиной Керовой», свидетельницей расстрела в Керчи, дал другой человек // Настоящее время. 2018. 23 окт. Режим доступа: [https:// www.currenttime.tv/a/29559303.html](https://www.currenttime.tv/a/29559303.html).

Новые медиа приносят новые обстоятельства в обозначенные процессы. Социальные сети, блоги, YouTube-каналы – это огромные массивы зачастую практически нередактируемой, неконтролируемой информации. Информационный шум и возникающая из-за него перегрузка препятствуют критическому восприятию аудиторией сообщений. В связи с этим еще более сильное влияние оказывает так называемый эффект первого сообщения. Та информация, которую человек услышал первой, окажет решающее влияние на его оценку ситуации, даже если впоследствии вскроется факт дезинформации или фальсификации. Одним из манипулятивных приемов в сети Интернет является так называемая ссылка на «очевидцев» или даже написание материалов от лица «очевидцев».

В условиях жесткой конкуренции и информационного противостояния, особенно ярко выраженного в интернет-пространстве, где представлен большой идеологический спектр, чем в традиционных медиа, онлайн-медиа склонны прибегать к более радикальным методам привлечения внимания, использовать большую сенсационность в заголовках, делать ставку на шокирующий контент, что так же идет вразрез с Кодексом профессиональной этики российского журналиста.

### **Заключение**

В условиях перехода к сетевому обществу и возрастающей роли информационных процессов, нарастания социального напряжения и противоборства как внутри страны, так и на международной арене необходимо вновь обратиться к основополагающим принципам профессиональной этики. Среди принципов, на которые должны ориентироваться журналисты в своей профессиональной деятельности, можно отметить следующие:

1. В руках журналиста находится вопрос о том, что и как освещать, какая будет сформирована повестка дня. Необходимо стремиться поддерживать здоровое сбалансированное информационное пространство, придерживаться высоких стандартов профессиональной этики и призывать к ответственности представителей профессии, отклоняющихся от них.

2. Как никогда важными становятся проверка и перепроверка фактов. Зачастую телеканалы или радиостанции транслируют сообщения, взятые с сайтов фейковых (ложных / выдуманных) новостей. Так, «Москва FM» разместила сюжет о том, что Илон Маск учился и учит всех своих сотрудников по советским учебникам. На радио даже взяли комментарий у ректора МФТИ. Однако новость оказалась ложной и



была взята с сатирического сайта «Панорама», публикующего заведомо выдуманные материалы.

3. Необходимо помнить, что миссия журналистики – приносить пользу обществу, а не обслуживать частные политические или коммерческие интересы.

Вопрос качественной журналистики стоит как никогда остро, так как в условиях тотальной дезинформации, информационного шума и перегрузки крайне сложно найти источники, которым можно доверять, что усугубляется непрофессионализмом многих журналистов и неприкрытой манипуляцией, заметной даже широким слоям населения. Все это подрывает авторитет СМИ. При этом именно СМИ всегда выполняли в обществе функцию социального контроля и информирования, выполнение которой невозможно в условиях недоверия им как институту. Человек получает представление об окружающей среде только из внешних источников, непосредственным опытом он может познать лишь ограниченную часть действительности. Если же отсутствуют надежные, качественные источники информации, человек либо принимает решения, основываясь на ложной информации, если не способен ее идентифицировать, либо находится в состоянии дезориентации и неуверенности, неспособности понять реальное положение дел в связи с нехваткой сколь бы то ни было достоверных сведений.

#### Литература

#### References

*Антонова Ю.А.* Коммуникативные стратегии и тактики в современном газетном дискурсе (отклики на террористический акт) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург : Изд-во Уральского гос. ун-та, 2007.

*Кара-Мурза С.Г.* Манипуляция сознанием. М.: Алгоритм, 2000.

*Катенева И.Г.* Механизмы и языковые средства манипуляции в текстах СМИ : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Новосибирск, 2010.

*Почепцов Г.Г.* Коммуникативные стратегии XX века. М. : Рефл-бук, 2001.

*Рубцов А.* Когда политика безъязыка // Ведомости. 2018. 23 сент.

*Фролова А.С., Посухова О.Ю.* Потенциал медиа как пространства рефлексии профессиональной идентичности // Медиаобразование. 2016. № 4.

*Benkler Y., Faris R., Roberts H., Bourassa*

*Antonova, Y.A.* (2007). Communicative strategies and tactics in modern newspaper discourse (responses to a terrorist act) (Abstract, Candidate Dissertation). Ekaterinburg: Publishing House of the Ural State.

*Kara-Murza, S.G.* (2000). Manipulation of consciousness. M.: Algorithm.

*Kateneva, I.G.* (2010). Mechanisms and language tools of manipulation in media texts (Abstract, Candidate Dissertation). Novosibirsk.

*Pocheptsov, G.G.* (2001). Communication strategies of the XX century. M.: Refl-book.

*Rubtsov, A.* (2018). When politics of a languageless. *Vedomosti*, Sept. 23. (in Russian).

*Frolova, A.S., Posukhova, O.Y.* (2016). Potential of media as a space of reflection of professional identity. *Media Education*, 4. (in Russian).

*Benkler, Y., Faris, R., Roberts, H.,*

*N.* Understanding Media and Information Quality in an Age of Artificial Intelligence, Automation, Algorithms and Machine Learning. Berkman Klein Center. Jul 12, 2018. Available at: [https:// cyber.harvard.edu/story/2018-07/understanding-media-and-information-quality-age-artificial-intelligence-automation](https://cyber.harvard.edu/story/2018-07/understanding-media-and-information-quality-age-artificial-intelligence-automation).

*Boyd D.* The ethics of fear and how it undermines an informed citizenry // Poynter. 2012. Available at: [https:// www.poynter.org/news/ethics-fear-and-how-it-undermines-informed-citizenry](https://www.poynter.org/news/ethics-fear-and-how-it-undermines-informed-citizenry).

*Hutchinson W.* Media, government and manipulation: the cases of the two Gulf Wars. Edith Cowan University, 2008. Available at: <https://ro.ecu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=1027&context=isw>.

*Bourassa, N.* (2018). Understanding Media and Information Quality in an Age of Artificial Intelligence, Automation, Algorithms and Machine Learning. Berkman Klein Center. Jul 12, Available at: [https:// cyber.harvard.edu/story/2018-07/understanding-media-and-information-quality-age-artificial-intelligence-automation](https://cyber.harvard.edu/story/2018-07/understanding-media-and-information-quality-age-artificial-intelligence-automation).

*Boyd, D.* (2012). The ethics of fear and how it undermines an informed citizenry. Poynter. Available at: [https:// www.poynter.org/news/ethics-fear-and-how-it-undermines-informed-citizenry](https://www.poynter.org/news/ethics-fear-and-how-it-undermines-informed-citizenry).

*Hutchinson, W.* (2008). Media, government and manipulation: the cases of the two Gulf Wars. Edith Cowan University. Available at: [https:// ro.ecu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=1027&context=isw](https://ro.ecu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=1027&context=isw).

*Поступила в редакцию*

*17 ноября 2018 г.*