

УДК: 659.3

**ПЕНЗИНА** *Наталья Игоревна* – кандидат педагогических наук, доцент кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова (115054, Россия, г. Москва, Стремянный пер., 36; the.penzina@yandex.ru)

**МАКАШОВА** *Валерия Валерьевна* – кандидат филологических наук, доцент кафедры медиакоммуникаций Российского государственного гуманитарного университета (125047, Россия, г. Москва, Миусская пл., 6, стр. 6; rusina6@yandex.ru)

## МЕТОДИКА ВЫЯВЛЕНИЯ МАРКЕРОВ МАНИПУЛЯТИВНОСТИ МЕДИАКОНТЕНТА (на материале документальных проектов телеканала РЕН ТВ)

**Аннотация.** В статье представлен опыт актуализации методики выявления маркеров манипулятивности медиаконтента в современном теледискурсе. Эмпирическим объектом послужили проекты телеканала РЕН ТВ, позиционирующие себя как документальные. Авторы приходят к выводу о высокой манипулятивности исследуемого контента. Результатом исследования стали актуальные номенклатуры манипулятивных приемов и контекстных особенностей их реализации.

**Ключевые слова:** манипуляция, медиаманипуляция, манипулятивность медиаконтента, манипулятивные технологии, манипулятивные приемы

В связи с активным использованием манипулятивных практик современными медиа проблема медиаманипуляции сохраняет свою злободневность. В отечественной науке продолжают поиски актуальных методик выявления маркеров манипулятивности применительно к разным типам медиадискурса [Ахмедова 2021; Бодулева, Янгирова 2023; Брусенская, Беляева 2022; Карапетова, Жабина 2024; Копнина 2021; Тарасов 2021]. Данные поиски осложнены рядом факторов. Во-первых, в отечественной науке сложились разные взгляды на манипулирование в медиа как проблему научного анализа [Антонова 2023; Агаджанян 2023; Гаврилов 2023; Ильченко 2019; Кара-Мурза 2023; Маруневич, Майба 2022; Пулко, Кивайко 2024; Савченко 2021]. Во-вторых, открытым остается вопрос о понимании категорий «манипулятивные технологии» и «манипулятивные приемы», а также классификации таковых [Аблеев, Кузьминская 2024; Агапова, Гушина 2023; Буханчук 2024; Дзялошинский, Дзялошинская 2021; Крылова 2021; Недзельская, Борискина 2021]. В-третьих, слабо проработанным в науке является вопрос о создании номенклатуры средств, актуальной для оценки манипулятивности медиаконтента [Кенжебалина и др. 2020; Шакенова и др. 2021; Зарипов 2024; Зуйкина, Кондрушина 2021; Моисеева 2022; Хубежова 2023]. Зачастую в основу предлагаемых методик закладываются категории разных уровней (манипулятивные технологии, манипулятивные приемы, языковые средства и т.д.), что затрудняет выработку единого подхода к решению проблемы.

Цель настоящего исследования – актуализировать методику выявления маркеров манипулятивности медиаконтента. Сопутствующей прикладной задачей стала разработка номенклатур манипулятивных приемов и контекстных особенностей, актуальных для анализа материалов научно-популярной журналистики в телевизионных передачах документального жанра.

Методика настоящего исследования основана на двух процедурах. Во-первых, был применен количественный анализ, основанный на подсчете потенциально манипулятивных языковых средств<sup>1</sup>. С его помощью статистически оценивалась и ранжировалась частотность (интенсивность использования) указанных манипулятивных приемов. Во-вторых, был использован анализ контекстных особенностей их реализации, который предполагал выявление модальности текстов, связей между речевыми приемами и эффектов их сочетаемости.

Эмпирическим объектом послужили проекты телеканала РЕН ТВ, позиционирующие себя как документальные: в период с декабря 2024 г. по январь 2025 г. были случайно отобраны четыре выпуска телепередач «Тайны Чапман», «Безумные факты», «Загадки человечества с Олегом Шишкиным», «Невероятно интересные истории». Выбор эмпирического объекта обусловлен популярностью телеканала, позиционирующего себя как просветительский и научно-популяризаторский<sup>2</sup>.

*Основные результаты исследования.* В основе медиаманипуляции как процесса и феномена лежит совокупность манипулятивных приемов, используемых для реализации манипулятивных практик в медиадискурсе. Это процесс использования ресурсов языка, материализующих различные манипулятивные технологии, наряду с другим (неречевым) инструментарием манипулятивных медиастратегий [Пензина, Макашова 2025]. Манипулятивные технологии – это медиатехнологии, которые позволяют управлять эмоциональными реакциями, смыслами, поведением и восприятием аудитории путем фальсификации фактов или внедрения в них оценочной модальности, а также посредством искажения реальности или ее перцепции (информационная перегрузка, фрейминг, дезинформация, эмоционализация контента, мифологизация, распространение медиавирусом) [Макашова, Пензина 2024]. Манипулятивные приемы – это языковые приемы, средства и инструменты, используемые для реализации манипулятивных практик в медиадискурсе. Поскольку данных приемов существует огромное множество, необходимыми инструментами для выявления маркеров манипулятивности медиаконтента являются номенклатуры манипулятивных приемов и их контекстных особенностей, которые варьируются в зависимости от типа медиадискурса.

Эмпирический анализ осуществлялся по двум направлениям: количественный анализ манипулятивных приемов и выявление специфики контекста их реализации.

Количественный анализ позволил сформировать номенклатуру из

---

<sup>1</sup> Единицами анализа выступили наклеивание ярлыков, идеологемы, терминологизированная лексика, фразеологизмы: речевые штампы, трюизмы, риторические вопросы, конструкции с двойным отрицанием, комплексная эквивалентность безальтернативные точки зрения, мультипликация, неопределенный референтный индекс, гиперболизация, восклицания, метафоры, эпитеты, подставные номинации, интимизация, ложные аналогии, ложная статистика и искажение цифр, номинализация, императивы, пресуппозиция, утверждение эксклюзивности и сенсационности.

<sup>2</sup> По данным *Mediascope*, в конце 2024 г. РЕН ТВ получил наибольшую долю зрительского интереса в возрастной категории от 25 до 54 лет по всей России, опередив телеканал «Россия 1» и «Пятый канал». Также РЕН ТВ занял 2-е место в премиальной возрастной аудитории от 14 до 44 лет с долей 7,8%. В общем рейтинге всех российских телезрителей старше 4 лет канал входит в Топ-5 с долей 7,2%. *Mediascope*, Россия, 0 тыс. 01.06.2024 – 31.08.2024. Доступ: <https://mediascope.net/data/>

17 частотных манипулятивных приемов<sup>1</sup>. Было установлено, что высокочастотными манипулятивными приемами (повторяемость – 20 и более случаев) являются интимизация и комплексная эквивалентность<sup>2</sup>. Среднечастотными приемами (10–15 случаев) стали эпитеты, безальтернативная точка зрения и риторический вопрос. К приемам третьего по частотности порядка (3–15 случаев) были отнесены 12 приемов (см. рис. 1).

Статистика манипулятивных приемов представлена следующим образом: «Тайны Чапман» – 138 случаев, «Безумные факты» – 156 случаев, «Загадки человечества с Олегом Шишкиным» – 132 случая, «Невероятно интересные истории» – 151 случай (см. рис. 2). Анализ статистики показал, что на каждый из проанализированных выпусков телепередач (при их средней продолжительности 46,5 минут) приходится 144 случая использования манипулятивных приемов. В среднем тот или иной манипулятивный прием, а также сочетание манипулятивных техник используется каждые 3 минуты, что позволяет говорить о высокой манипулятивности контента.

Анализ контекста использования манипулятивных приемов позволил сформировать номенклатуру из 12 особенностей<sup>3</sup>. Для вторичного анализа выявленные особенности были сгруппированы с учетом того, на каком уровне (эмоции, смыслы, поведение, восприятие) происходила манипуляция. Было установлено, что самая обширная группа контекстных особенностей связана с манипуляцией на уровне смыслов (например, особенность «ложная экспертность и апелляция к псевдоавторитетам» реализуется через эксплуатацию «псевдоинсайдерской» риторики, ложные свидетельства, подставных экспертов, отсылки к лже- и псевдонауке). Выраженной является группа особенностей, связанных с манипуляцией восприятием аудитории (нагроможде-

<sup>1</sup> В номенклатуру были включены следующие манипулятивные приемы: фразеологические выражения (речевые штампы, пословицы, афоризмы, крылатые фразы, трюизмы); риторические вопросы, риторические восклицания и вопросительные конструкции; конструкции с двойным отрицанием (модальность уверенности); комплексная эквивалентность (подразумеваемая причинность, ложная апелляция к общеизвестной истине); безальтернативные точки зрения (безапелляционные выводы, бездоказательные высказывания и утверждения); ложные аналогии и сравнения; мультипликация (обезличивание, создание множественности, умножение имен действий и ситуаций); неопределенный референтный индекс (имперсонализация экспертов, абстрактная экспертность); гиперболизация (преувеличение) и эксплуатация страха; риторические восклицания и восклицательные предложения; метафоры; эпитеты; дисфемизмы; интимизация (сниженная, упрощенная лексика); императивы, обращения к зрителю; пресуппозиция; утверждение эксклюзивности.

<sup>2</sup> Например, манипулятивный прием «интимизация (сниженная, упрощенная лексика)» реализуется через использование единиц бытовой лексики, разговорных форм, жаргонизмов, сленга, вулгаризмов – так создается эффект доверительного общения, что увеличивает аттракцию, расположенность к некритическому восприятию («дышать тем самым местом»; «нервный смешок»; «подшофе»; «перебраться раз-другой» и т.д.). Прием «комплексная эквивалентность» реализуется через разрушение рациональных связей между фактами и создание связей искусственных (лексеми: «итак, очевидно...»; «совершенно ясно»; «не секрет, что...»; «удивительно, но...» и т.д.).

<sup>3</sup> В номенклатуру были включены следующие контекстные особенности: обыгрывание контента через видеоряд и звуковое сопровождение; нагромождение тематики; претенциозные слоганы и эхо-фразы телепередач; паралингвистические средства ведущих и экспертов; нарочитая диалоговость; ложная экспертность и апелляция к псевдоавторитетам; искажение цитат через вырывание фраз из контекста; интенсивная сочетаемость языковых манипулятивных техник; языковые манипуляции в анонсах телепередач; продуцирование факта на основе комментария; игнорирование факта с помощью рамочной структуры композиции сюжета; фальсификация фактов, подмена фактов интерпретацией.

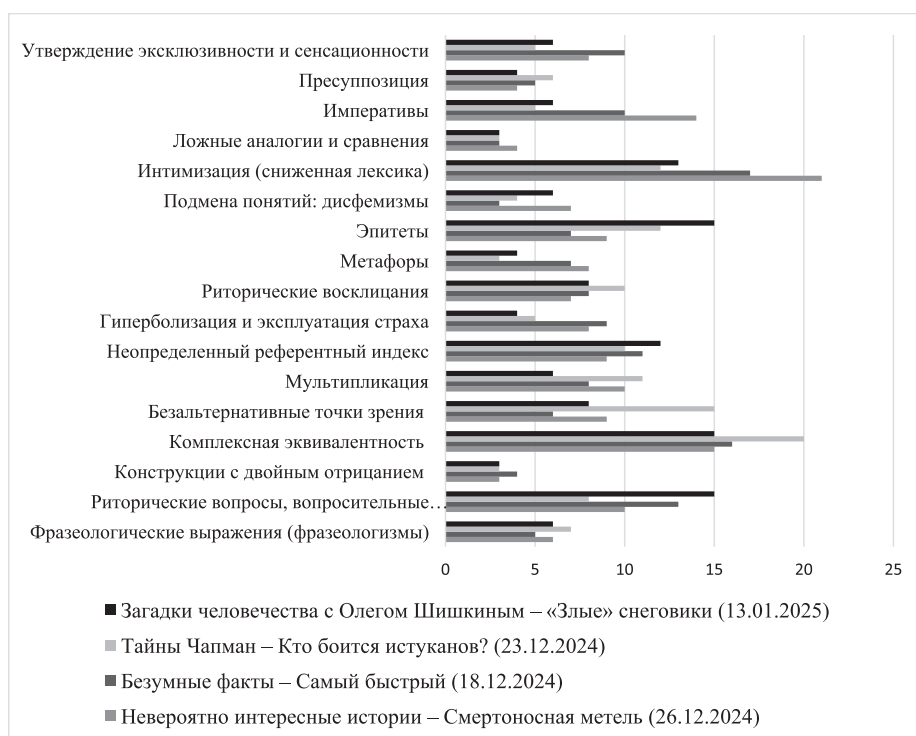


Рисунок 1. Частотность манипулятивных приемов

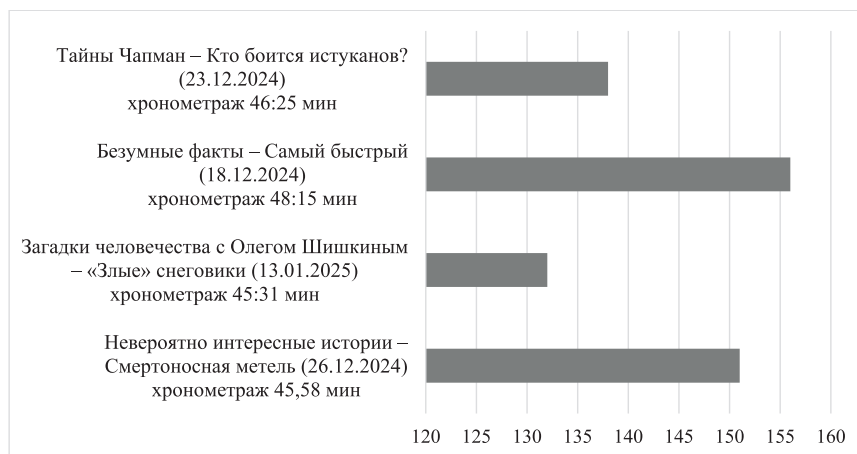


Рисунок 2. Статистика манипулятивных приемов в исследуемых телепередачах

ние тематики; нарочитая диалоговость; интенсивная сочетаемость языковых манипулятивных техник). Манипуляция на уровне эмоциональных реакций осуществляется посредством обыгрывания контента через видеоряд и звуковое сопровождение, паралингвистические средства. На уровне управления поведенческими реакциями воздействие происходит через претенциозные

слоганы и эхо-фразы телепередач (например, установка на поведенческий паттерн: «смотри, верь и рассказывай другим»).

На основе сказанного выше можно сделать следующие выводы.

В результате исследования на материале документальных проектов телеканала РЕН ТВ была актуализирована методика выявления маркеров манипулятивности медиаконтента. Проведенный анализ показал высокую частотность манипулятивных приемов и выраженную манипулятивность исследуемого контента. Анализ специфики контекста позволил сделать вывод, что манипуляция реализуется на различных уровнях (эмоции, смыслы, поведение, восприятие), что формирует альтернативную, фантастическую псевдо-реальность. Наиболее выраженный компонент реализации манипулятивных технологий связан с искажением на уровне смыслов: в исследуемых материалах под видом достоверных сведений преимущественно реализуются постановки, фикции, инсценировки, реконструкции. Перспективу дальнейшего исследования составляет анализ манипулятивности современного политического медиадискурса.

### Список литературы

Аблеев С.Р., Кузьминская С.И. 2024. Постмодерн и постправда: манипулятивные технологии в формировании массового сознания. – *Психология и педагогика служебной деятельности*. № 2. С. 12-16.

Агаджанян Р.В. 2023. Языковое манипулятивное воздействие: теоретический обзор. – *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. № 3. С. 765-772.

Агапова Е.А., Гушина Л.В. 2023. Механизмы формирования современной деструктивной реальности: социально-когнитивный аспект. – *Гуманитарий Юга России*. № 1(59). С. 224-234.

Антонова О.Г. 2023. Манипуляция как феномен информационного общества. – *Известия Саратовского университета*. Новая серия. Сер. Социология. Политология. Т. 23. Вып. 3. С. 289-293.

Ахмедова А.Х. 2021. Речевое манипулирование как средство общения (на примере эвфемизмов). – *Ученый XXI века*. № 10(81). С. 43-46.

Бодулева А.Р., Янгирова Г.А. 2023. Дисфемизмы как средства выражения субъективной модальности для реализации манипулятивной цели автора массмедийного сообщения. – *МНКО*. № 6(103). С. 590-512.

Брусенская Л.А., Беляева И.В. 2022. Сравнение как средство убеждения и инструмент манипуляции: особенности применения в медиaprостранстве. – *Вестник РУДН*. № 3. С. 590-599.

Буханчук В.С. 2024. Технологии манипулятивного воздействия в условиях социальной неопределенности. – *Архонт*. № 2(41). С. 53-56.

Гаврилов Л.А. 2023. *Язык массовой коммуникации и информационная война*. М.: Ленанд. 216 с.

Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. 2021. Российские медиа: целевые установки, стратегии и технологии воздействия на аудиторию. Статья первая: система понятий и методология исследования. – *Вопросы журналистики*. № 9. С. 5-41.

Зарипов Р.И. 2024. Когнитивное и метафорическое моделирование в медиадискурсе. – *Политическая лингвистика*. № 4(106). С. 175-183.

Зуйкина К.Л., Кондрушина О.Э. 2021. Манипулятивные приемы репрезентации выборов в Мосгордуму в социальных сетях. – *Вестник Пермского университета*. Сер. Политология. № 1. С. 84-96.

- Ильченко С.Н. 2019. *Как нас обманывают СМИ: манипуляция информацией*. СПб: Питер. 319 с.
- Кара-Мурза С. 2023. *Манипуляция сознанием*. М.: Эксмо. 432 с.
- Карапетова И.Н., Жабина Л.В. 2024. К вопросу о наиболее и наименее часто используемых лексико-грамматических приемах речевого манипулирования в политических текстах. — *Russian Linguistic Bulletin*. № 3(51). С. 1-8.
- Кенжебалина Г.Н., Шаикова Г.К., Шакинова М.Т., Акоева И.Г. 2020. Распознавание манипулятивного текста: структура и доминантные языковые параметры. — *Научный диалог*. № 7. С. 105-125.
- Копнина Г.А. 2021. Речевая манипуляция в массмедийном тексте/дискурсе: проблема распознавания. — *Филология и человек*. № 3. С. 30-46.
- Крылова М.Н. 2021. Мифы об инопланетянах в современном информационном пространстве: симулякры и фейки. — *Studia Humanitatis*. № 2. Доступ: <https://cyberleninka.ru/article/n/mify-ob-inoplanetyanah-v-sovremennom-informatsionnom-prostranstve-simulyakry-i-feyki/viewer> (проверено 30.10.2025).
- Макашова В.В., Пензина Н.И. 2024. Манипулятивные технологии в медиадискурсе: подход к классификации. — *Медиаисследования*. № 10. С. 67-75.
- Маруневич О.В., Майба В.В. 2022. Искажение информации как способ языкового манипулирования в современном российском медиадискурсе. — *Вестник КалмГУ*. № 3(55). С. 89-97.
- Моисеева А.В. 2022. К вопросу о речевом манипулировании. — *Международный журнал гуманитарных и естественных наук*. № 1-1. С. 43-45.
- Недзельская А.Б., Борискина О.О. 2021. Манипулятивные стратегии в англоязычном медиaprостранстве. — *Вестник Воронежского государственного университета*. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация. № 2. С. 73-82.
- Пензина Н.И., Макашова В.В. 2025. Языковое медиаманипулирование как проблема научного анализа (обзор современных отечественных исследований). — *МедиаВектор*. Вып. 15. С. 78-83.
- Пулко Т.А., Кивайко В.Н. 2024. Информационные манипуляции и психологическая уязвимость в условиях кризисной информационной среды. — *ELS*. № 30. С. 151-154.
- Савченко В.А. 2021. «Фальшивая реальность» как фундамент манипуляции. — *Право и практика*. № 3. С. 141-147.
- Тарасов И.Е. 2021. Как отличить качественную документалистику от формульного фильма-суррогата: опыт структурно-функционального анализа. — *Знак: проблемное поле медиаобразования*. № 3(41). С. 124-131.
- Хубежова З.А. 2023. Манипулятивные приемы в формировании медиаповестки на примере телеканала Euronews. — *Коммуникология*. Т. 11. № 4. С. 183-192.
- Шакинова М.Т., Ташимханова Д.С., Баймаханбетов М.А., Оспанова У.А. 2021. Автоматическое диагностирование манипулятивного дискурса (на материале корпуса русскоязычных интернет-публикаций). — *Вестник КазНУ. Серия филологическая*. № 180(4). С. 117-125.

*PENZINA Natalia Igorevna, Cand.Sci. (Ped.), Associate Professor of the Chair of Advertising, Public Relations and Design, Plekhanov Russian University of Economics (36 Stremyanny Lane, Moscow, Russia, 115054; the.penzina@yandex.ru)*

*MAKASHOVA Valeria Valeryevna, Cand.Sci. (Philol.), Associate Professor of the Chair of Media Communications, Russian State University for the Humanities (6/6 Miusskaya Sq, Moscow, Russia, 125047; rusina6@yandex.ru)*

## THE METHOD OF IDENTIFYING MARKERS OF MANIPULATIVENESS OF MEDIA CONTENT (based on the material of documentary projects of the REN TV channel)

**Abstract.** *The article presents the experience of updating the methodology for identifying markers of manipulative media content in modern TV-discourse. The empirical object is the projects of the REN TV channel, which position themselves as documentaries. The authors make a conclusion about the high manipulativenness of the studied content. The result of the research is the current nomenclature of manipulative techniques and contextual features of their implementation.*

**Keywords:** *manipulation, media manipulation, manipulativenness of media content, manipulative technologies, manipulative techniques*

---