

■ ■ ■ Манипулятивные приемы в формировании медиаповестки на примере телеканала Euronews

Хубежова З.А.

Научно-исследовательский центр «Аэроскрипт», Санкт-Петербург, Российская Федерация.

Аннотация. Под влиянием современных геополитических процессов СМИ все чаще прибегают к манипулятивным техникам и приемам. В статье рассматривается информационная деятельность телеканала Euronews и роль канала в формировании политической повестки дня. Актуальность исследования обусловлена ростом информационного противостояния между европейскими странами и Россией в свете кризиса на Украине 2022-2023 гг. Целью исследования является выявление методов формирования контента и управления информационным потоком. Автором проводится контент-анализ материалов официального англоязычного сайта Euronews с точки зрения феномена линейной коммуникации «источник – канал коммуникации – реципиент». Изучены подходы к оформлению новостной повестки телеканала Euronews, выделены применяемые виды манипулятивного воздействия на аудиторию. Исследование показало, что (а) контент телеканала Euronews формируется по принципу фильтрации информационного потока и трансляции выборочной информации; (б) наиболее часто используемые ключевые сообщения включают в себя эксплуатацию запугивающих тем, шок-контент и несимметричную аргументацию.

Ключевые слова: массовая коммуникация, манипулятивное воздействие СМИ, медиаповестка, политическая повестка дня, Euronews

Для цитирования: Хубежова З.А. Манипулятивные приемы в формировании медиаповестки на примере телеканала Euronews // Коммуникология. 2023. Том 11. № 4. С. 183-192. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-183-192.

Сведения об авторе: Хубежова Зарина Арсеновна – заместитель генерального директора по связям с общественностью НИЦ «Аэроскрипт»; аспирант Института государственной службы и управления РАНХиГС. Адрес: 199106, Россия, г. Санкт-Петербург, Большой проспект В.О., 80. E-mail: z.khubezhty@gmail.com.

Статья поступила в редакцию: 21.08.2023. *Принята к печати:* 01.12.2023.

Введение. Влияние СМИ на аудиторию является предметом изучения различных дисциплин, включая социологию, психологию, политологию, коммуникологию, исследование средств массовой информации и других. Исследование непосредственно массовых информационных процессов берет свое начало с изучения ориентации прессы на различные социальные структуры. В начале XX века в журналистике был обоснован метод анализа СМИ, а также определены этические требования, предъявляемые к журналисту. В дальнейшем сформировалась так называемая «западная школа» массовых коммуникаций, основным

направлением которой было изучение не столько содержания журналистских текстов, сколько эффектов от их распространения.

В англосаксонской традиции политическая жизнь неотрывно связана с общественной дискуссией, разворачиваемой в прессе. Г. Лассуэлл рассматривал эффекты СМИ с позиции линейной цепочки передачи информации от источника реципиенту по специальным каналам [Lasswell: 37]. Торонтская школа массовой коммуникации предполагала, что каналы коммуникации неотрывны от контента. Контент-анализ стал главным методом изучения СМИ. Получая сведения о медиаэффектах, исследователи смогли оценивать роль прессы в социально-политической сфере общества. Д. Маккуэйл выделил различные роли прессы в зависимости от политического уклада государства [McQuail]. Медиа, согласно данной теории, являются: (а) агентами авторитарного воздействия, (б) объектами рынка, (в) инструментом формирования представлений. В первом случае деятельность СМИ ограничивается пропагандой и идеологией и основывается на манипулятивных техниках воздействия на массовое сознание. СМИ, выступающие в роли объекта рынка, нацеливаются на коммерциализацию поведения аудитории и формирование потребительских предпочтений. Такой экономический подход воплощается в рекламе и не требует строгой объективности, как это бывает в случае с журналистскими текстами. В третьем случае, согласно теории Торонтской школы, пресса – медиатор общественной дискуссии, выстраивает связи между различными социальными группами и институтами [Косьяков, Универсалюк].

По мере накопления знаний о массовой коммуникации ученые все больше отмечали влияние СМИ на массовое сознание аудитории. Идеи западной школы массовой коммуникации продолжили свое развитие в «модели пропаганды» Н. Хомски и Э. Герман [Herman, Chomsky 1988; 2008]. Они рассматривают эффекты медиа на предмет искажения предоставляемой информации. Перекос в содержании журналистских материалов связывается с прямым или опосредованным воздействием на прессу «агентов власти». В частности, выборочное освещение событий «враждебных» стран, как правило, сопровождается политическим дискурсом государства [Herman, Chomsky 2008: 252]. На это, в частности, обращает внимание М.М. Назаров в рукописи «Производство согласия: объяснительная модель функционирования медиа» [Назаров: 8-9].

И.М. Дзялошинский указывает на глубокий и безальтернативный характер воздействия пропагандистских технологий в медиа на реципиента, в отличие от более гибких инструментов формирования мнения посредством PR-инструментария и зачастую также агрессивных, но подразумевающих альтернативность, способов популяризации товаров и услуг с помощью рекламы. По Дзялошинскому, СМИ прибегают к манипулятивным технологиям на уровне контента в виде пугающих тем, сообщений, и на уровне конструирования повестки дня в формате фильтрации информационного потока и селективного подбора информации [Дзялошинский: 12-16].

И.В. Кирия и А.А. Новикова подчеркивают три жанра коммуникации в изучении масс-медиа: (а) аргументативный; (б) экспрессивный; (в) информативный. Аргументативный присущ перформативному дискурсу политической коммуникации. Он взывает к эмоциям и используется для провокации аудитории, формирования идей в массовом сознании. Констатирующие виды дискурса нацелены на формирование моделей мира и включают в себя экспрессивный и информационный жанры коммуникации. Первый, как правило, применяется в литературе, а второй – в журналистике. Информационный жанр коммуникации в ожиданиях реципиента предполагает «контракт объективности» [Кирия, Новикова: 24-25].

В статье исследуется медиаконтент телеканал Euronews – конвергентного СМИ Европейского союза – с точки зрения формирования информационной картины в свете кризиса на Украине 2022-2023гг. Euronews является актором, освещающим важнейшие политические, экономические и социальные события в мире, в связи с чем вызывает интерес при изучении процесса формирования информационной повестки.

Автором ставится задача провести контент-анализ, изучить и выделить основные принципы, используемые для формирования новостной повестки и дискурса Euronews.

Эмпирический материал и методы исследования. Исследование проведено посредством выборочного мониторинга контента официального англоязычного сайта Euronews методом стратифицированной выборки в период с 1 июня по 31 августа 2023 года. Объем выборки – 748 публикаций на сайте телеканала, включая текстовые материалы, фото- и видеорепортажи. Расслоение произведено в три этапа:

через строку поиска отсортированы материалы с тегом «Ukraine»;

далее были выявлены рубрики, в которых размещены материалы о военных действиях на Украине, и присущие данной предметной сфере жанры коммуникации;

выделены категории спикеров, выступающих в эфире, оценена роль журналиста по принципу участия в материале (информатор, просветитель).

Массив данных представлен ниже в таблице 1.

Результаты исследования. Кризис на Украине 2022 – 2023 гг. стал важнейшим инфоповодом в информационной повестке Euronews: выделены специальные рубрики, текстовые, фото- и видеоматериалы имеют маркировку хештегом Ukraine. События, связанные с конфликтом, освещаются в каждом выпуске новостей ежечасно. За указанный период выпущено 748 публикаций, размещенных в рубриках: *Ukraine War*; *World*; *Euronews Debate*; *Euronews Witness*; *European Debates*; *No Comment*.

По характеру коммуникации контент распределен следующим образом: в 14% материалов использован присущий журналистике констатирующий информаци-

онный жанр коммуникации; 42,5% материалов изготовлены в констатирующем экспрессивном жанре, который выделяется обилием выразительных приемов, что характерно для литературы и публицистики; в 43% материалов используется аргументативный жанр коммуникации, чертами которой обладает политический дискурс.

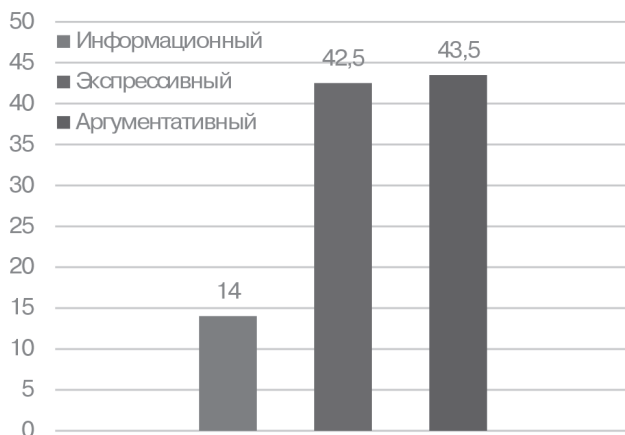


Рисунок 1. Распределение материалов по характеру коммуникации / Distribution of materials by categories (informative; expressive; argumentative)

Наиболее частые приемы, к которым прибегает Euronews, включают в себя несимметричную аргументацию (селективный подбор информации), шок-контент, популистские заявления. В 71% материалов журналист выступает в роли просветителя, активно высказывает собственную позицию, в 29% материалов журналист выполняет функции информатора, передавая информацию без собственных комментариев.

В качестве спикеров к выступлениям на Euronews допущены власти Украины, чиновники и политическая элита ЕС, США, Великобритании, жители Украины, беженцы, правозащитники, военные эксперты. Исключены из выступающих спикеры из России и русскоговорящие украинцы.

Исследование показало, что (а) контент телеканала Euronews формируется по принципу фильтрации информационного потока и трансляции выборочной информации; (б) наиболее часто используемые ключевые сообщения включают в себя эксплуатацию запугивающих тем, шок-контент и несимметричную аргументацию.

Обсуждение. Информационный телеканал Euronews – конвергентное СМИ, использующее все имеющиеся на сегодняшний день аудиовизуальные средства воздействия на аудитории. Согласно уставу, Euronews создан для продвижения европейских ценностей. Официально телеканал позиционирует себя как независимое СМИ с плюрализмом мнений, заявляя слоган *All Views Matter*. Однако при

Таблица 1. Характеристики контента Euronews / Characteristics of Euronews Content

Жанр журналистики	Приемы	Характер коммуникации	Спикеры	Роль журналиста
Мировые новости	Несимметричная аргументация	Информационный	– Выступление: украинцы (местные жители, беженцы); чиновники ЕС, США, Украины; представители вооруженных сил Украины – Упоминание: Президент РФ и высшие должностные лица России	Информатор
Репортаж	Несимметричная аргументация; Шок-контент	Экспрессивный	– Выступление: украинцы (местные жители, беженцы); правозащитники ЕС, США, Украины; представители вооруженных сил Украины	Просветитель
Лайф (рубрика No comment)	Шок-контент	Экспрессивный	– Выступление: жители Украины	Информатор
Аналитический сюжет	Несимметричная аргументация	Аргументативный	– Выступление: украинцы (местные жители, беженцы); чиновники ЕС, США, Украины; представители вооруженных сил Украины; военные эксперты ЕС – Упоминание: президент и высшие должностные лица России	Просветитель
Интервью	Популизм	Аргументативный	– Выступление: президент Украины; чиновники, правозащитники ЕС, США, Украины	Просветитель
Обзор событий	Несимметричная аргументация	Информационный; Аргументативный	– Выступление: президент Украины; чиновники ЕС, США, Украины; представители вооруженных сил Украины	Просветитель
Ток-шоу	Популизм	Аргументативный	– Выступление: чиновники, политики, правозащитники ЕС	Просветитель

детальном рассмотрении контента становится очевидным, что в эфир Euronews попадают лишь те спикеры, которые транслируют единую позицию, созвучную общей информационной политике ЕС. Оппозиционное мнение не представляется, нет спикеров, озвучивающих альтернативное мнение. В частности, в условиях украинского кризиса 2022 – 2023 гг. Euronews критикует российскую сторону и не допускает в качестве спикеров россиян и русскоговорящих украинцев.

СМИ играют решающую роль в формировании общественного мнения и определении того, как люди понимают окружающий мир. СМИ выступают в качестве основного источника информации для значительной части населения и могут оказывать глубокое влияние на мнения и убеждения своей аудитории.

СМИ работают в сложной экосистеме, в которую входят не только журналисты и медиаорганизации, но и государственные регулирующие органы, рекламодатели и заинтересованные группы. Эти различные акторы взаимодействуют таким образом, что показывают то, как средства массовой информации освещают события и проблемы, и на роль СМИ в формировании общественного мнения может влиять баланс сил между этими субъектами.

Манипулирование общественным мнением относится к преднамеренным и систематическим попыткам повлиять на убеждения, взгляды, ценности и поведение большой группы людей. Это может быть достигнуто с помощью различных средств, включая средства массовой информации, пропаганду, рекламу, политические кампании и другие формы коммуникации [Головацкая]. Цель манипулирования общественным мнением состоит в том, чтобы контролировать и формировать общественное восприятие и отношение таким образом, чтобы поддерживать определенную повестку дня, идеологию или группу интересов.

Такие действия могут иметь серьезные последствия для индивидуальной автономии, демократического правления и социальной стабильности. Например, привести к подавлению инакомыслия, распространению дезинформации и укреплению ошибочных стереотипов и предубеждений.

Необходимо отметить, что за последние четыре года, по данным ежегодных отчетов, рейтинг доверия¹ к Euronews упал с 81% в 2019 году до 68,1% в 2023 году.

Euronews сосредотачивает внимание на определенных аспектах события или представляет его определенным образом, чтобы подчеркнуть специфические темы. Это приводит к созданию доминирующего повествования, которое формирует общественное мнение по конфликту на Украине. В ходе освещения военной операции, Euronews заглушает русскоязычные реплики, попадающие в кадр, пытаясь создать иллюзию, что население говорит только на украинском языке.

Как уже было отмечено, основной принцип манипулятивного воздействия на аудиторию Euronews – одностороннее освещение в новостях. Это может включать

¹ EURONEWS 2020 Transparency Report // EURONEWS.COM, 01.01.2021 [эл. ресурс]: <https://static.euronews.com/website/pdf/euronews-transparency-report-2020.pdf> (дата обращения: 28.10.2023).

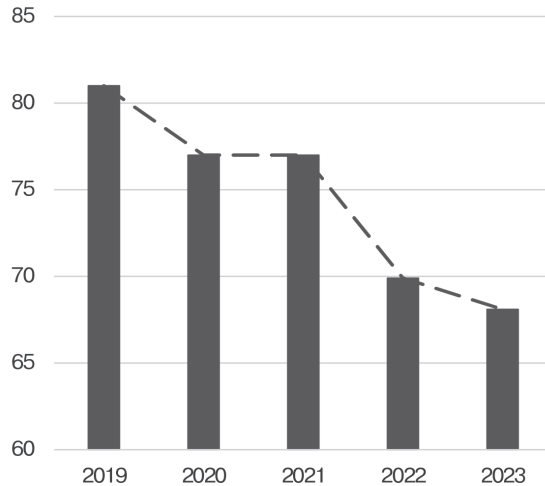


Рисунок 2. Динамика падения уровня доверия к контенту Euronews (% , 2019 – 2023) / Dynamics of falling levels of trust in Euronews content (% , 2019 – 2023)

выборочное представление информации, неправильное цитирование источников или представление информации вне контекста [Калякина].

Манипулятивное воздействие осуществляется различными способами, такими как селективность тем новостей, источников, использование языка и визуальных образов. Euronews четко отбирает, какие новости освещать, а какие нет. Телеканал уделяет большое внимание экспрессивным приемам в рубрике No Comment, где, как правило, демонстрируется шок-контент (сцены с окровавленными или убитыми людьми, звуки взрывов), тем самым создавая у смотрящих и слушающих ощущение срочности или паники.

Заключение. Место СМИ в формировании общественного мнения всегда было важным и противоречивым вопросом. Растущая глобализация и развитие цифровых медиа только усилили способность медиа влиять на общественное восприятие и отношение к тем или иным событиям. В этом контексте особую актуальность приобретает вопросы манипулирования массовой информацией. Под манипулированием понимается преднамеренная попытка повлиять на мнения, убеждения и отношения населения путем предоставления ложной или вводящей в заблуждение информации, выборочного представления фактов или использования эмоциональных призывов. Смыслы, используемые для описания событий и проблем, могут оказывать значительное влияние на реципиентов.

Функция журналиста на протяжении долгого времени претерпевала метаморфозы от просветителя к информатору. Однако в последние десятилетия в мире

наблюдается обратный процесс: журналистское «я» все больше вовлекается в тексты, автор излагает в материалах собственные доводы. В управлении медиадеятельностью значительную роль играет редакция, которая отбирает информацию и задает тон содержанию материалов. Прибегая к использованию экспрессивных средств, вызывающих сильные эмоции, пресса может апеллировать к чувствам людей, а не к их разуму. Сегрегация информационных потоков, в свою очередь, создает ограниченное видение и восприятие мира реципиентами. Медиакартина функционирует таким образом, что объективная действительность, окружающая нас в физическом мире, замещается реальностью единственно возможного, безальтернативного медиадискурса.

Манипулятивные принципы влияния СМИ на аудиторию широки, в мире существует множество научных школ, изучающих данную предметную сферу. В процессе эволюции массмедиа воздействие прессы на аудиторию требует непрерывного переосмысления и актуализации. Быстрый рост цифровых медиа резко увеличил охват СМИ, а платформы социальных сетей создали новые возможности для медиаорганизаций, чтобы напрямую взаимодействовать со своей аудиторией. Средства массовой информации могут использовать эту непосредственную связь со своей аудиторией для формирования общественного мнения, представляя информацию, мнения и рассказы таким образом, чтобы они находили отклик у людей и влияли на их убеждения и отношение к событиям. В некоторых случаях СМИ способны играть положительную роль в информировании и формировании общественной дискуссии, но пресса также может использоваться третьими силами для манипулирования общественным мнением и контроля над ним в конкретных целях. В связи с этим важно, чтобы общественность была критична и проницательна при потреблении новостей и искала альтернативные источники информации.

Источники

Головацкая О.Е. (2023). Методологические подходы к изучению искаженной информации // *Коммуникология*. Том 11. № 1. С 15-30. DOI: 10.21453/2311-3065-2023-11-1-15-30. EDN: HRJQCO.

Дзялошинский И.М. (2006). Манипулятивные технологии в СМИ: Учебно-методическое пособие. М.: Гуманитарный институт.

Калякина М.В. (2022). Фейк-ньюс как инструмент формирования альтернативной новостной реальности // *Гуманитарные технологии в современном мире: сборник статей X Международной научно-практической конференции, посвященной памяти доктора педагогических наук, главного редактора научного журнала «Современная коммуникативистика», профессора Оскара Яковлевича Гойхмана*. Калининград. EDN: JSKXHX.

Косяков В.А., Универсалуик Е.А. (2019). Реферативный обзор книги Д. МакКуэйла «теория массовой коммуникации» (1 часть) // *Вопросы теории и практики журналистики*. № 3. С. 524-534. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(3).524-534.

Назаров М.М. (2022). Производство согласия: объяснительная модель функционирования медиа // *Наука. Культура. Общество*. № 4. С. 8-21. DOI: 10.19181/нко.2022.28.4.1. EDN: YFBBLI.

Новикова А.А., Кирия И.В. (2017). История и теория медиа. Учебник для вузов. Издательский дом Высшей школы экономики.

Самсонова Е.А. (2020). Новые медиа – новая картина мира (к постановке вопроса о социально-сетевой картине мира) // Меди@льманах. № 4 (99). С. 18-24. DOI: 10.30547/mediaalmanah.4.2020.1824.

Herman E., Chomsky N. (1998/2008). Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media. London: Bodley; NY: Pantheon Books.

Lasswell H. (1948). The structure and function of communication in society. In: The Communication of Ideas. N.Y.: Harper and Brothers.

McQuail D. (1983/2010). Mass Communication Theory, 6th ed. London: Sage.

■ ■ ■ Manipulative techniques in shaping the political agenda (on the example of Euronews channel)

Khubezhova Z.A.

Aeroscript Research Center, St. Petersburg, Russian Federation.

Abstract. Under the influence of modern geopolitical processes the media are increasingly resorting to manipulative techniques and techniques. The article examines the information activities of the Euronews channel and the its role in shaping the political agenda. The relevance of the study is determined by the growing media confrontation between European countries and Russia in light of the crisis in Ukraine in 2022 – 2023. The purpose of the study is to identify methods for generating content and managing information flow. The study us based on the content analysis of the materials retrieved from the official Euronews website (in English) from the point of view of the phenomenon of linear communication “source – communication channel – recipient”. The author shows the general approaches to the design of the news agenda of the Euronews and the types of manipulative influence on the audience used in the materials. The study showed that (a) the content is formed on the principle of filtering the information flow and broadcasting selective information; (b) the most commonly used key messages include exploitation of intimidating themes, shock content and asymmetrical argumentation.

Keywords: mass communication, mass media, manipulative influence of the media, media agenda, political agenda, Euronews

For citation: Khubezhova Z.A. (2023). Manipulative techniques in shaping the political agenda (on the example of Euronews channel). *Communicology (Russia)*. Vol. 11. No. 4. С. 183-192. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-183-192.

Inf. about the author: Zarina Arsenovna Khubezhova – deputy CEO for Public Relations at the Aeroscript Research Center; postgraduate student at the Institute of Public Service and Management, RANEPА. *Address:* 199106, Russia, St. Petersburg, Bolshoi Prospekt Vasilyevsky Ostrov, 80. *E-mail:* z.khubezhty@gmail.com.

Received: 21.08.2023. *Accepted:* 01.12.2023.

References

- Dzyaloshinsky I.M. (2006). Manipulative technologies in the media. M.: Humanitarian Institute (in Rus.).
- Golovatskaya O.E. (2023). Methodological approaches to the study of distorted information. *Communicology*. Vol. 11. No. 1. P 15-30. DOI: 10.21453/2311-3065-2023-11-1-15-30. EDN: HRJQCO (in Rus.).
- Herman E., Chomsky N. (1998/2008). Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media. London: Bodley; NY: Pantheon Books.
- Kalyakina M.V. (2022). Fake news as a tool for the formation of an alternative news reality. In: Humanitarian technologies in the modern world: collection papers of the 10th International Scientific and Practical Conference dedicated to the memory of Oscar Goikhman. Kaliningrad. EDN: JSKKXH (in Rus.).
- Kosyakov V.A., Universalyuk E.A. (2019). Abstract review of D. McQuail's "Mass Communication Theory" (Part 1). *Questions of the theory and practice of journalism*. No. 3. P. 524-534 DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(3).524-534 (in Rus.).
- Lasswell H. (1948). The structure and function of communication in society. In: *The Communication of Ideas*. N.Y.: Harper and Brothers.
- McQuail D. (1983/2010). *Mass Communication Theory*, 6th ed. London: Sage.
- Nazarov M.M. (2022). Manufacturing consent: an explanatory model of media functioning. *Science. Culture. Society*. No. 4. P. 8-21. DOI: 10.19181/nko.2022.28.4.1. EDN: YFBBLI (in Rus.).
- Novikova A.A., Kiriya I.V. (2017). History and theory of media. Textbook for universities. Publishing house of the Higher School of Economics (in Rus.).
- Samsonova E.A. (2020). New media – a new picture of the world (to raise the question of the social network picture of the world). *Medi@lmanakh*. No. 4 (99). P. 18-24. DOI: 10.30547/mediaalmanah.4.2020.1824 (in Rus.).