

УДК 811.161.2'27:070]:32.019.51:355.48(470:477)"2014/...

Воронюк І. О.¹, Нижник Я. О.²

¹ канд. філол. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

² студ. гр. УФКС-212 НУ «Запорізька політехніка»

НОВІТНІ МЕДІАТЕКСТИ В КОНТЕКСТІ ВОРОЖОЇ ПРОПАГАНДИ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Сьогодні засоби масової інформації, зокрема й мережа «Інтернет», мають активний вплив на реципієнта. Загальну закономірність в епоху

тотальної інформатизації суспільства створює існування особливої мови засобів масової інформації. Це і преса, і радіо, і телебачення, й інтернет. Розгляд тих різновидів медіатексту, що зародилися і функціують в мережі «Інтернет», є актуальним питанням, зокрема в контексті впливу такого роду текстів на інформаційну свідомість та формування інформаційної грамотності. Спробуємо проаналізувати новітні медіатексти в контексті ворожої пропаганди в умовах російсько-української війни, систематизувати способи дезінформування та методи маніпулювання людською свідомістю через текст. Різні маніпулятивні практики, використовувані у масовій інтернет-комунікації, поступово перетворюють реципієнта на бездумного поглинача наперед заданих смислів, який поступово стає жертвою пропаганди. В умовах російської збройної агресії будь-яке повідомлення, будь-яка інформація також може перетворитися на потужну зброю, фіксувати й аналізувати яку мусить кожен українець.

Розгляньмо далі, у який спосіб відбуваються маніпуляції з реципієнтами інформації, якими методами користується роспропаганда для навіювання певних ідей. Наприклад, періодичне повторення одних і тих самих новинних сюжетів, анонсів, рекламних сповіщень відповідно до ефекту обертових дверей, які постійно повертаються на вихідні позиції. Прикладом цього способу можуть слугувати маніпуляції з наративами про назви держави і їхніх мов (замість граматичної конструкції «в Україні» живають «на», замість «країни Балтії» – радянське «Прибалтика» тощо).

Наступне. Адресатові пропонують роль «глядача» в добре організованому «інформаційному театрі». У такий спосіб комуніканта відводять від розв'язання його власних інформаційних проблем. Роль «глядача» не передбачає суворої і критичної оцінки змісту отриманої інформації, від «глядача» очікують насамперед яскравої і стійкої емоційної реакції. Усім відомий знятий на замовлення росТБ сюжет про «розп'ятого мальчика», головною актрисою якого стала уродженка України Галина Пишняк. Не менш відомими в мережі стали постановки так званих «тік-ток-військ» кадировців, які то борються з порожнім будинком, то нібито вільно гуляють захопленими містами, хоч на відео – неукраїнська автозаправка тощо. Метою таких роликів стає перекручування фактів і відволікання уваги.

Ще один спосіб – це поширення оманливого контенту шляхом підтасування фактів, видання старих відео за нові, світлин однієї війни за іншу. Останнім часом у мережі почали з'являтися різноманітні дипфейки – фальшиві відеозвернення, які легко викрити, оскільки штучність видно неозброєним оком навіть непрофесіоналові.

Фахівці інституту масової інформації подають такі ознаки оманливої інформації: відсутність джерел інформації, анонімні джерела, анонімні

експерти, експерти без вказування інституції, яку представляють, думка чи оцінка подається як факт, заголовок не відповідає новині або є надміру емоційним, апеляція до забобонів, конспірологічних теорій, однобоке подання фактів, оцінок і коментарів, узагальнення тощо.

Усю інформацію, джерела слід перевіряти, шукати першоджерело, оригінал фото чи відео. Медійний текст може в різні способи транслювати інформацію з метою маніпулювання: *-dezінформування* (це і фабрикування, тобто вигадкування фактів чи даних; спотворення через фрагментарне подання інформації; подання з вигідного для себе боку; домислення і доповнення власним коментарями; швидке подання навіть неперевіреної інформації, аби вони була першою; створення величезної кількості інформації на певну тему, щоб не встигали опрацьовувати і сортувати); *- використання немовних засобів*: шрифт, гарнітура, їхній колір та розмір; розташування тексту; світлини, малюнки, схеми тощо. Тож українцям слід критично ставитися до медіатексту, перевіряти інформацію. Під час війни, яку розпочала росія, ворог постійно поширює дезінформацію, щоб дестабілізувати або залякати українців. Вивчення медіатекстів є важливим етапом у формуванні медіаграмотності сучасної мовної особистості, що мислить універсальними категоріями, вільно оперує інформаційними потоками і є готовою проаналізувати їх та оцінити.