

УДК 070(470)

**МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ:  
ТЕНДЕНЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ  
В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ 2007–2008 гг.**

*Р.Р. Газизов*

**Аннотация**

В статье представлены результаты исследования, посвященного манипулированию массовой информацией в ведущих общественно-политических изданиях Республики Татарстан в контексте последних федеральных избирательных процессов (2007–2008 гг.). Проведенное исследование позволяет утверждать, что наиболее тревожная ситуация сложилась в газете «Вечерняя Казань», деятельность которой была направлена на формирование негативного облика власти, дискредитацию института выборов.

**Ключевые слова:** манипулятивные технологии, исторические аналогии, политический дискурс, наклеивание ярлыков, сравнение, «азбука пропаганды», региональный компонент.

---

Пресса использует все более изощренный инструментарий воздействия на массовое сознание. Это отмечают исследователи и подтверждают наши данные. Чтобы выявить методики такого рода, а тем более противостоять им, обыденного сознания недостаточно. Имеются механизмы защиты (опущение, отчуждение, идентификация, катарсис и т. п.), но их надо знать, уметь отличать, правильно использовать. Названные причины актуализируют обращение к данному проблемному полю, ведь лишь системный анализ с учетом новейших «открытий» в области социальной психологии, системы эмоционального воздействия и семантики позволяет лучше понять происходящее.

Свыше 100 медиатекстов проанализированы нами именно с этой целью. С учетом слабой изученности регионального компонента в центре внимания оказались газеты, издающиеся в Татарстане, – «Республика Татарстан» («РТ») и «Вечерняя Казань» («ВК»).

Исследование включает следующие приоритетные направления: исследование технологий, посредством которых ведущие общественно-политические газеты Татарстана играли манипуляторскую роль, оказывая влияние на собственную аудиторию; «повестка дня», сформированная ими в период политических процессов 2007–2008 гг.; замеры упоминаний кандидатов – участников данных избирательных кампаний.

Манипулятивные технологии, использованные изданиями, состоят из 19 пунктов и дают количественное представление об исследуемой проблематике. В процессе анализа использованы элементы понятийно-терминологического

аппарата Г. Грачева и И. Мельника [1], И. Дзялошинского [2], Я. Засурского [3], Г. Шиллера [4] и др.

Установлено, что в системе воздействия на медиапублику заметная роль отведена эмоциональным методикам. Решая задачу воспроизведения общественно-политической жизни во всем ее многообразии, рассмотренные издания используют имеющиеся информационные и технические инструменты в целях дезинформации и обмана. Применение методов «техника якорения» (20 совокупных случаев с тенденцией к активности газеты «Вечерняя Казань»), «трюизмы» (16 проявлений, 12 из которых использовала газета «Вечерняя Казань»), «исторические аналогии» (16 случаев), «сравнения» (6 случаев) делает подаваемый материал более убедительным и наглядным. Методики, применяемые в рассмотренных изданиях, основаны на учете особенностей человеческого восприятия, психологии, мыслительной активности. К примеру, «использование слов, относящихся к основным ценностям общества» (зафиксировано 16 проявлений) является убедительным без дополнительной информации. Такие технологии основаны на свойстве человеческой личности «увлекаться выразительностью убеждающего послания, а также престижем источника» [1, с. 49]. В этом отношении характерны приемы «перенос авторитета», «победившая сторона», «общая платформа», «наклеивание ярлыков». Они были специально разработаны в Институте анализа пропаганды США для повышения эффективности воздействия на читателей и получили название «Азбука пропаганды» [3, с. 104].

Полученная статистика демонстрирует *наибольшую манипулятивную ориентированность газеты «Вечерняя Казань»* (102 случая по итогам семимесячных наблюдений) и *наиболее активное проникновение убеждающих технологий в период выборов 2007 года*: 119 против 70 раз в обоих изданиях при отражении выборов Президента РФ (2008 г.).

При изучении «повестки дня» будучи подчиненным рабочим задачам, исследовательский вектор является качественно-направленным: медийно и политически. Проблемно-тематический ракурс определялся исходя из ключевых событий избирательных процессов и наличия/отсутствия сообщений, упоминаний о них в исследованных изданиях. В табл. 1 и 2 представлены эти данные.

Такие важные политические события, как публикация названного президентского указа, а также отставка правительства, не были проигнорированы ни одной из исследованных газет. Упоминание о них чрезвычайно важно для понимания происходящего. А о визитах лидеров ЛДПР В. Жириновского и СПС Б. Немцова, равно как и о марше несогласных, прошедшем в Москве, написало только одно из изданий – «Вечерняя Казань». Газета «Республика Татарстан» постаралась не упустить ключевые события, коснувшиеся партии «Единая Россия», однако о других партиях промолчала. Таким образом, оппозиционные партии власти – «Единой России» – объединения в последней газете оказались практически не представленными. Газета «Вечерняя Казань» дала более широкую панораму событий прошедшей избирательной кампании, хотя и здесь дозировка информации оказалась неравномерной: в пользу партии «Единая Россия».

Большая часть событий нашла отражение в обоих изданиях. Однако газета «Вечерняя Казань» пропустила некоторые из них: преимущественно с участием

Табл. 1

Событийный ракурс федерального избирательного процесса 2007 г. (по материалам газет «Республика Татарстан» (РТСД) и «Вечерняя Казань» (ВКСД))

Политическая повестка – 2007	Медиаповестка – 2007	
	«РТ»	«ВК»
Сообщение об опубликовании Указа Президента РФ о назначении даты выборов в Государственную Думу РФ	+	+
Информация об отставке Правительства РФ	+	+
Визит лидера ЛДПР В. Жириновского в Казань	–	+
Приезд в Казань лидера СПС Б. Немцова	–	+
Марш несогласных, прошедший в Москве	–	+
Форум сторонников партии «Единая Россия»	+	+
В. Путин возглавил список «Единой России»	+	–

Табл. 2

Событийный ракурс федерального избирательного процесса 2008 г. (по материалам газет «Республика Татарстан» (РТЯФ) и «Вечерняя Казань» (ВКЯФ))

Политическая повестка – 2008	Медиаповестка – 2008	
	«РТ»	«ВК»
Отказ ЦИК РФ М. Касьянову в регистрации на пост Президента РФ	+	+
Визит Д. Медведева в Казань 21 февраля 2008 г.	+	+
Информация ЦИК РФ: какое имущество «утаили» кандидаты на пост президента	+	+
Отказ властей Казани Д. Бердникову в проведении митинга и шествия в поддержку Д. Медведева	–	+
Ежегодное послание Президента Татарстана Государственному Совету РТ	+	–
Выступление Д. Медведева на Всероссийском гражданском форуме	+	–
В. Путин подводит «итоги своего президентства»: заседание Государственного Совета РФ 8 февраля 2008 г.	+	–
Последняя пресс-конференция В. Путина в качестве Президента РФ	2	–

представителей федеральной исполнительной власти. Редакция газеты «Республика Татарстан» дала более подробную и полную картину избирательного процесса 2008 года. Об этом свидетельствует и соответствие большей части отмеченных пунктов. А ведь на этапе выборов в парламент (2007 г.) более активным политическим актором, транслятором событий была газета «Вечерняя Казань». Это важная особенность исследуемого вопроса.

Были проведены также замеры упоминаний: политических партий, участвовавших в выборах в Государственную Думу РФ (2007 г.), и кандидатов в Президенты РФ на выборах в 2008 г.

Количество упоминаний в газетах о каждой из партий представляется нам не менее важным для понимания происходящего. В период парламентских выборов в обоих изданиях лидировала партия «Единая Россия» (41 упоминание).

Табл. 3

Медиастатистика упоминаемости кандидатов в Президенты РФ в 2008 г. (по материалам газет «Республика Татарстан» (РТЯФ) и «Вечерняя Казань» (ВКЯФ))

Кандидат в Президенты РФ (2008 г.)	Упоминание					
	«РТ»			«ВК»		
	I	II	III	I	II	III
А. Богданов	1					
В. Жириновский	1			1		
Г. Зюганов	1			1		
Д. Медведев	4	4		4	3	

Это яркое свидетельство популярности партии. Редакция газеты «Вечерняя Казань» явно симпатизировала ЛДПР и СПС, посвятив им 13 информационных материалов. В газете «Республика Татарстан» публикации об этих партиях (их было семь) появились на страницах предвыборной агитации. Таким образом, *объединения, оппозиционные партии власти – «Единой России», в последнем издании оказались представленными слабее.*

Статистика, полученная по результатам исследования выборов Президента РФ в 2007 г., отражает общенациональную тенденцию доминирования кандидата от власти. Практически сходная статистическая картина обнаружена в обоих изданиях. Чтобы прояснить ситуацию, были введены категории качества опубликованных текстов: нейтральное (I), положительное (II) и негативное (III) (см. табл. 3).

Мы видим, что к лидеру рейтинга оба издания демонстрируют приблизительно одинаковое отношение (80%). Назовем это отношение *«медиаединодушием»*. В числе причин – популярность кандидата, отсутствие «сильного» соперника. Никто, кроме Д. Медведева, более 10% упоминаний не имеет. Отражение избирательного процесса протекает вяло, слабо, что связано с отсутствием интриг, предсказуемостью выборов, которые все больше напоминают процесс передачи власти.

Проведенное исследование выявило следующие характерные особенности политического манипулирования.

I. На основе анализа проблемно-тематических линий, ведущихся в изданиях, и их информационных приоритетов, определено:

а) газета «Республика Татарстан» наибольшее внимание уделяет политической элите (40% от общего количества газетных публикаций по исследуемой тематике), личности как субъекту политики (31%), государству как политическому институту (29%). Газета «Вечерняя Казань» демонстрирует преимущественную приверженность вопросам личности как субъекта политики (66.5%) и партийного плюрализма (33.5%);

б) лейтмотивная формула публикаций газеты «Вечерняя Казань» определена как противостояние человека и «системы». Избирательные процессы (2007–2008 гг.) отражаются на фоне активно конструируемых социальных проблем: повышение цен, бюрократический произвол.

II. На основе исследования жанрово-стилистических особенностей публикаций, приемов и методов манипулирования информационными данными выявлено следующее:

а) преимущественно информационный характер сообщений в обоих изданиях, а также элементы журналистских расследований в газете «Вечерняя Казань». Например, публикация «Единая Россия» подарила казанцам воздушный замок с надувной ценой» [5] посвящена сдаче спортивного объекта, построенного за 120 млн. рублей. Поиск журналистами возможных подрядчиков и реакция последних: меньшая себестоимость объекта, их готовность к строительству – за 33 млн. и даже за 8 млн. рублей. Достоверность информации: конкретизация подрядной фирмы;

б) скромная линейка художественно-выразительных средств в газете «Вечерняя Казань» и практически полное их отсутствие в материалах об избирательном процессе в газете «Республика Татарстан». Доминирование языковых клише, шаблонов и канцеляризм в последней: отсутствие «условий» для эффективного манипулятивного воздействия. И максимально персонализированная массовая информация в газете «Вечерняя Казань», делающая читателя более внушаемым и доступным для манипуляторов сознанием;

в) самые частотные методы в рамках политического дискурса: «Выборочный подбор», «Перенос авторитета», «Исторические аналогии», «Общая платформа», «Победившая сторона» – 5 из 19 пунктов. В сумме они составили более 25% от общей цифры манипулятивных технологий: 68 раз из 179 случаев. В текстах массовой информации: 102 случая обнаружено в «Вечерней Казани» (большая часть) и 77 – в «Республике Татарстан» (меньшая часть).

III. На основе особенностей формируемой «повестки дня» и идеологических ориентиров изданий в предвыборный период отмечены:

а) гипотеза об основной информационной нагрузке (исходя из сложившейся политической ситуации), лежащей на выборах в Государственную Думу РФ (2007 г.), прошла проверку и нашла свое подтверждение. Предопределенность сценария избирательного процесса (2008 г.) наложила отпечаток и на «идеологию» регионального медиамира. Мы считаем совершенно уместным для характеристики выборов Президента РФ использование понятия «передача власти» (по выражению разведки США) [6]. В том же ряду – подтвержденность реализации мифа «о преемнике», имевшая свыше 20 проявлений в обеих газетах, а также мифологем на тему экономической стабильности, финансовой успешности государства (4 случая) в газете «Республика Татарстан»;

б) деятельность редакции газеты «Вечерняя Казань» в значительной степени была направлена на формирование неблагоприятного облика власти (более всего – в 2007 г.). Игнорирование ключевой тематики в период агитации 2007 г. (ноябрь) и разнообразие тем, проблем и мнений накануне – в сентябре и октябре (2007 г.). Сокращение количества публикаций на тему выборов в 2008 г. Слабое знание журналистами политической сферы, направленность на дискредитацию института выборов;

в) поддержание позитивного имиджа власти в газете «Республика Татарстан» осуществлялось с минимальным набором психотехник. Отбор публикаций производился тенденциозно (см. табл. 1 и 2). Имело место свойственное прого-

сударственным СМИ игнорирование действий оппозиции (например, марша несогласных в 2007 г., политических инициатив казанского активиста Д. Бердникова).

Таким образом, сравнительно-сопоставительный анализ ведущих общественно-политических изданий Татарстана в избирательных кампаниях 2007–2008 гг. выявил несомненный информационный приоритет выборов парламентских (2007 г.) над выборами президентскими (2008 г.). И этот «приоритет» имеет политическую «природу». Все мы сегодня, по сути дела, являемся свидетелями того, что противостоянию Кремля и Охотного ряда приходит конец. Взаимоотношения власти особой – президентской – и власти законодательной претерпевают эволюцию. «Четвертая власть» рядом и выполняет свои функции, и информирует общественность. Использование манипулятивных инструментов помогает власти, бизнесу, в конце концов, самой прессе, как пишет Г. Шиллер, обрабатывать, создавать, контролировать «распространение информации, которая определяет наши представления, установки, а в конечном счете и наше поведение» [4, с. 19]. Более того, использование технологий подобного рода исследователи [3, с. 86] связывают с кризисом в системах идеологии и пропаганды.

### Summary

*R.R. Gazizov. Manipulative Technologies of Regional Mass Media: Development Trends and Directions in Political Discourse during Years 2007 and 2008.*

The article presents the results of a research on manipulating the mass information in main Tatar social and political periodicals in the context of the latest federal electoral processes (of 2007 and 2008 years). The research conducted allows stating that “Vechernyaya Kazan” newspaper is the one most powerful in manipulation. Its activity is aimed at shaping a negative image of authorities, and discrediting the electoral institute.

**Key words:** manipulative technologies, historical analogies, political discourse, label-sticking, comparison, “alphabet of propaganda”, regional component.

### Источники

ВКСД – Вечерняя Казань. – 2007. – Сентябрь – декабрь. – № 149–192.

ВКЯФ – Вечерняя Казань. – 2008. – Январь – февраль. – № 1–27.

РТСД – Республика Татарстан. – 2007. – Сентябрь – декабрь. – № 176–240.

РТЯФ – Республика Татарстан. – 2008. – Январь – февраль. – № 1–28.

### Литература

1. *Грачев Г.В., Мельник И.К.* Манипулирование личностью. – М.: Эксмо, 2003. – 384 с.
2. *Дзялошинский И.М.* Манипулятивные технологии в массмедиа // Вестн. Моск. ун-та, Сер. 10. Журналистика. – 2005 – № 1. – С. 29–54.
3. Техника дезинформации и обмана / Под общ. ред. Я.Н. Засурского. – М.: Мысль, 1978. – 246 с
4. *Шиллер Г.* Манипуляторы сознанием / Пер. с англ. – М.: Мысль, 1980. – 326 с.

5. «Единая Россия» подарила казанцам воздушный замок с надувной ценой // Вечерняя Казань. – 2008. – № 27.
6. Недруги России // Республика Татарстан. – 2008. – № 37.

Поступила в редакцию  
23.03.09

---

**Газизов Рамис Рассыхович** – аспирант кафедры теории и практики электронных средств массовой информации Казанского государственного университета.

E-mail: *gazizov-da@rambler.ru*