

Міністерство освіти і науки України
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
Університет Ауреля Влайку (Румунія)
Центральна бібліотека Болгарської академії наук (Болгарія)
Коледж Санта-Фе (США)
Державний університет Сан-Паулу (Бразилія)
Університет Метрополітен Лондон (Великобританія)
Західноукраїнський національний університет (Тернопіль)
Державний архів Полтавської області
Центральна бібліотека Полтавської міської територіальної громади

Документно-інформаційні комунікації в умовах глобалізації: стан, проблеми і перспективи

**МАТЕРІАЛИ
VIII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

23 листопада 2023 року

Полтава

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МАНІПУЛЯТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЗМІ

У сучасному глобалізованому й диджиталізованому світі, що динамічно змінюється під впливом науково-технічного прогресу та посиленням інтенсивності інформаційних потоків, актуальності набуває зміст діяльності засобів масової комунікації. Вони виконують низку важливих функцій як для суспільства загалом, так і для конкретної особи зокрема. Це інструмент, за допомогою якого на масову та індивідуальну свідомість здійснюється потужний вплив, переважна частина якого має прихований для аудиторії характер, почасти маніпулятивний.

Маніпулювання як соціально-психологічний феномен трапляється в усіх сферах суспільного життя і проявляється в багатьох різноаспектних формах. Технології маніпулювання використовують як окремі індивіди під час міжособистісного спілкування, так і великі соціальні інститути з метою впливу на почуття і волю людини або управління свідомістю і поведінкою. Саме масштабність маніпулювання, інтенсивність його впливу на свідомість, посилення цього впливу, пов'язаного з розвитком засобів масової комунікації, зумовлюють актуальність дослідження проблеми використання основних технологій маніпулювання.

Проблема маніпулювання свідомістю викликала активне зацікавлення з другої половини ХХ ст. у психології, політології, соціології. Осмислювалися окремі елементи, пов'язані з маніпулюванням почуттями і свідомістю: використання пропаганди, ідеологічний вплив, досліджувалися механізми формування суспільної думки, особливості інформаційної та психологічної воїн, технології маніпулювання та функціонування засобів масової комунікації. Були спроби проаналізувати

технології маніпулювання масовою свідомістю у соціально-філософському та етичному аспектах.

Попри значну кількість теоретичного та емпіричного матеріалу, присвяченого проблемам маніпулювання суспільною свідомістю у сучасній науці, досі немає єдиної, загальноприйнятої соціально-філософської теорії щодо специфічних рис маніпулювання.

Етимологія лексеми «маніпулювання» пов'язана з латинським словом *manus* – рука і *ple* – наповнювати. У сучасних словниках різні автори його потрактовують як поводження з об'єктами з певними намірами, цілями (наприклад, ручне управління). У техніці пристосування для управління механізмами, що є продовженням рук (рукоятка), називають маніпуляторами, а також того, хто працює з матеріалами, які просто імітують людську руку. Звідси й етимологія сучасного переносного значення слова – майстерне поводження з людьми як з об'єктами або речами. Словник із соціології витлумачує «маніпулювання» як вид застосування влади, коли той, хто нею володіє, впливає на поведінку інших, не розкриваючи характеру поведінки [5, с. 125].

Маніпулювання, здебільшого, – це психологічний вплив, що здійснюється таємно, а, як наслідок, є негативним для тих, на кого його направлено. Яскравим прикладом такого впливу є реклама.

Маніпулювання може здійснюватися у вигляді духовного впливу, що відбувається насильницьким шляхом; у формі влади над душевним станом, управління зміною внутрішнього світу; у формі прихованого застосування влади (сили) усупереч волі іншого; у формі прихованого впливу на здійснення вибору; у формі прихованого змушування, програмування думок, намірів, почуттів, взаємин, поведінки; у формі управління і контролю, експлуатації іншого, використання людей в якості об'єктів чи речей.

Дослідники виокремлюють три основних ознаки маніпулювання: 1) це вид духовного, психологічного впливу (а не фізичного насилля). Метою маніпулятора є дух, психологічна структура особистості. 2) маніпулювання – це прихований вплив, який не мають помітити об'єкти маніпуляції. Коли спроба маніпулювання розкривається, акція зазвичай зривається, оскільки виведення на чисту воду задуму завдає значних збитків маніпулятору. Дуже ретельно приховують і головну мету маніпулювання, щоб не було виявлено подальших наслідків впливу, навіть після викриття. 3) маніпулювання – це вплив, що потребує значної майстерності і знань. Якщо йдеться про суспільну свідомість, про політику, хоч би й місцевого масштабу, то, здебільшого, до розробки акції залучають спеціалістів з ґрунтовними теоретичними знаннями та практичними навичками [2].

Маніпулювання – це спосіб влади шляхом духовного впливу на людей через програмування їхньої поведінки. Цей вплив направлений на психологічну структуру людини, здійснюється приховано і має на меті зміну думки, прагнень і цілей людей у потрібному напрямі. Успіх маніпуляції гарантовано, якщо той, ким маніпулюють, вірить у те, що все відбувається за планом. Окрім того, для якісного маніпулювання необхідна сфальшована дійсність. Природа маніпулювання має подвійний характер – поряд із відкритим повідомленням маніпулятор посиляє адресату «закодований» сигнал, сподіваючись, що він пробудить у свідомості адресата ті образи, які необхідні маніпулятору. Мистецтво маніпулювання полягає в тому, щоб запуснути процес уявлення у потрібному руслі, щоб людина не помітила прихованого впливу [3].

Однією з найпопулярніших технологій маніпулювання у засобах масової комунікації є спотворення інформації: фабрикація фактів, маніпулятивна семантика, спрощення, стереотипізація. Майже завжди спотворення інформації використовують разом із відповідними способами подачі: твердження, повторення, терміновість, сенсаційність, а також

відсутність альтернативних джерел інформації (або відсутність альтернативної інформації).

Фабрикація фактів – пряма брехня. Почасти в політиці і пресі спотворення реальності досягається через процес кумуляції дрібних відхилень, що відбуваються завжди в одному напрямі. Це краще і дієвіше, ніж кардинальні, рішучі дії. Одне із найважливіших правил маніпулювання свідомістю – успіх залежить від того, наскільки повно вдалося ізолювати адресата від стороннього впливу. Ідеальною ситуацією для цього був би тоталітаризм – повна відсутність альтернативних джерел інформації і думок. Складність виконання цього правила в тому, щоб створити в адресата ілюзію незалежності, ілюзію множинності каналів інформації [1, с. 112].

Окрім замовчування «непотрібної» інформації та створення таким чином «віртуальної» реальності замість відображення дійсності, у засобах масової комунікації широко використовують принцип «демократії шуму» – потоплення повідомлення, якого неможливо уникнути в хаотичному потоці інформації, що не наділена жодним змістом [4, с. 145].

Маніпулятивна семантика – зміна значень і змісту слів і понять. Різновидом брехні в пресі є «конструювання» повідомлень із обривків висловлювань чи відеоряду. До того ж змінюється контекст, із тих слів створюють абсолютно новий зміст.

Спрощення, стереотипізація – повідомлення завжди повинно мати рівень зрозумілості, що відповідає коефіцієнту інтелектуальності приблизно на 10 пунктів нижчому середнього коефіцієнту того соціального прошарку, на який розраховане повідомлення. Маніпулятори керуються правилом: «людина підсвідомо тягнеться до примітивного пояснення».

Твердження і повторення дозволяє висловити головну думку (лейтмотив), у якій необхідно переконати аудиторію, у короткій та

вражаючій формі – у формі твердження. Твердження – це відмова від обговорення, оскільки влада людини чи ідеї, яку можуть обговорювати, будь-яку правдивість. Це означає також прохання до аудиторії, до натовпу прийняти ідею такою, якою вона є, без обговорення усіх «за» і «проти» і відповідати «так», не задумуючись.

Основними методами закріплення потрібних стереотипів у свідомості є повторення. Повторення надає твердженням додаткового переконання.

Дріблення і терміновість. Поділ цілісної проблеми на окремі фрагменти – так, щоб читач чи глядач не зміг зв'язати їх у ціле й осмислити проблему – одне з особливо важливих завдань спрощення. Дрібленням слугує більшість технічних прийомів: статтю у газеті розбивають на частини і розміщують на різних сторінках, текст або телепередачу розбивають рекламою. Однією з умов успішної і виправданої фрагментації є терміновість інформації, яка посилює маніпулятивна можливості. Сенсаційність дозволяє забезпечити фрагментацію проблеми і дріблення інформації так, щоб реципієнт не мав змоги отримати повного, цілісного, об'єктивного знання. Це повідомлення про унікальні події, яким приділяють надзвичайно високу увагу публіки.

Отже, маніпулятивний вплив у засобах масової комунікації є складним багатоаспектним процесом. Маніпуляція трапляється тоді, коли маніпулятор створює та підміняє реальні завдання реципієнта і вводить сконструйовані ідеї у свідомість останнього. Маніпуляція передбачає сприймання будь-якої ситуації як цільової, а відповідне потрактування дій партнера – як тактику, стратегію, спосіб досягнення своєї мети. Основними ознаками маніпулятивних впливів сучасних засобів масової інформації є їхня психологічна природа, прихований характер, цілеспрямованість, стратегічність.

Джерела та література

1. Гончарук-Чолач Т.В. Засоби масової інформації у політичному

житті суспільства. Київ : Видавництво Ліра-К, 2020. 252 с.

2. Карлова В.В. Вплив засобів масової інформації на формування української національної свідомості. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej6/txts/07kvvunc.htm>.

3. Крос К. Політичні комунікації та новинні мас-медіа у демократичних країнах: конкуруючі підходи. URL: <http://www.socd.univ.kiev.ua/LIB/PUB/K/KROSS/content.htm>.

4. Мак-Комбс М. Встановлення пріоритетів: масмедії та громадська думка. Київ: «К.І.С.», 2007. 256 с.

5. Станкевич Б. Політичні маніпуляції в інформаційній сфері під час проведення виборчих кампаній в Україні. *Українська національна ідея : реалії та перспективи розвитку* : зб. наук. праць. 2008. Вип. 20. С. 125–129.

Людмила Дерев'янка

м. Полтава

Руслан Зеленський

м. Миргород

ВЕБСАЙТ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ОНЛАЙН-ПРОСУВАННЯ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В епоху стрімкого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій мережа Інтернет поступово стає одним з основних засобів комунікації. Сучасні цифрові інструменти дозволяють компаніям і фірмам скоротити відстань з аудиторією, персоналізувати комунікацію й вивчати поведінку клієнтів для покращення продукту чи послуги.

Позиціювання підприємства в онлайн-просторі відбувається шляхом формування власного стилю, інформування громадськості – надання оперативної, якісної та повної інформації, встановлення та підтримання ефективного обопільного спілкування, а також створення механізму