

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса
Шевченка Філософський факультет
Кафедра політичних наук

ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОЛІТИЧНОГО МАНПУЛЮВАННЯ

Кваліфікаційна робота
зі спеціальності 052 - Політологія
освітнього рівня «Бакалавр»

студентки
IV курсу ОР «Бакалавр»
денної форми навчання
Ангеліна ТРУШКІВСЬКА

Науковий керівник -
доцент кафедри політичних наук
Григорій ПОСТРИГАНЬ

Допущено до захисту:
Завідувач кафедри _____

Київ – 2021

Зміст

Вступ.....	3
Розділ 1 Сутність політичного маніпулювання	5
Висновки до 1 розділу	15
Розділ 2 Особливості використання засобів масової інформації у політичному маніпулюванні	17
Висновки до 2 розділу	26
Розділ 3. Протидія маніпулятивному впливу засобів масової інформації.....	28
Висновки до 3 розділу	38
Висновки	39
Список використаних джерел	42

Вступ

Загальновідомим є факт, що суспільна думка формується під впливом засобів масової дії – політичних сил, політичних лідерів, партій, деяких подій та суспільних явищ, а також засобів масової інформації. Проблема впливу та ролі засобів масової інформації на суспільство в усі часи привертала увагу дослідників. Засоби масової інформації – телебачення, радіо, журнали, газети, Інтернет стали потужним інструментом формування громадської думки, впливаючи та маніпулюючи нею.

В сучасних умовах становлення і розвитку суспільства засоби масової інформації є невід'ємною частиною життєдіяльності, в тому числі, це стосується і політичних процесів. Держава, політичні партії, окремо взяті політично активні громадяни за допомогою засобів масової інформації здійснюють маніпулятивний вплив на свідомість, настрій, світогляд і вибір сучасного суспільства. Маніпулюючи суспільною свідомістю політичний лідер створює собі той або інший образ, завдяки якому він і займає лідируючі позиції у конкретному політичному процесі.

Технології, які використовують засоби масової інформації з метою маніпулятивного впливу на суспільство, стають все більш ефективними та досконалішими, і як наслідок цього, все більше зростає інтерес науковців до цієї проблематики. Більшість сучасних досліджень присвячені проблематиці впливу на свідомість окремої людини або соціуму загалом.

Питання маніпулятивного впливу засобів масової інформації є актуальним в зв'язку сучасних політичних подій - конфронтації та інформаційної війни між Україною та Росією [17].

Ступінь наукового розроблення теми дослідження. Вивченням проблеми засобів масової інформації в контексті політичного маніпулювання свідомістю присвячені дослідження Соловйов А., О.Д. Бойко, Шейнов В. П., Різун В. В., Матвєєнко І. В., Іванов В. Ф., Мучник А. М. Г. Шиллер, Г.Франк, С.Г.Кара – Мурза, Н. Габор, Г. Почепцов, Є. Макаренко та інші.

Об'єкт дослідження – політичне маніпулювання.

Предмет дослідження- засоби масової інформації як інструмент політичного маніпулювання.

Мета дослідження – з'ясувати особливості використання в політичному маніпулюванні засобів масової інформації.

Завданнями дослідження є:

1. розкрити сутність феномену «політичне маніпулювання»;
2. визначити роль та місце засобів масової інформації в політичному маніпулюванні;
3. розглянути основні форми протидії маніпулюванню свідомістю засобами масової інформації.

Методи дослідження. Методи дослідження обрано відповідно до поставленої мети та завдань, з урахуванням об'єкта та предмета дослідження. У процесі дослідження застосовувалися такі загальнонаукові методи: історичний, структурно-функціональний, системний, порівняльний.

Історичний метод дослідження був використаний при розгляді виникнення та розвитку феномену «маніпулювання».

Системний метод допоміг виокремити специфіку та особливості поняття «маніпулювання», а також наявність використання засобами масової інформації технологій маніпулятивного впливу в політиці.

Структурно функціональний метод, завдяки якому було розкрито основні методи застосування маніпулятивних технологій в політиці, а також методи протидії маніпулятивному впливу засобів масової інформації.

Порівняльний метод використано при розгляді підходів щодо сутності та визначення різних дослідників до феномену «маніпулювання».

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, списку використаних джерел 39 найменування. Загальний обсяг дипломної роботи 45 сторінок комп'ютерського тексту (без додатків).

Розділ 1 Сутність політичного маніпулювання

Маніпулювання є найбільш поширеною формою впливу на громадську свідомість. Усвідомлена і цілеспрямована дія маніпулятора здійснюється задля реалізації власної цілі, мети - отримати вигідні собі результати. Більшість дослідників розглядають маніпуляцію як складно організовану діяльність груп людей (держави, політичних партій, організацій і тд), або ж приватних осіб - олігархів, лідерів політичних партій, тощо.

Дослідженням поняття «маніпуляція» з давніх часів займалися такі вчені: Платон «Держава», Н.Макіавеллі, Т.Гоббс, Г. Франке, С.Г.Кара Мурза «Маніпулювання свідомістю», Г. Шиллер «Маніпулятори свідомістю», Соловйов А. «Політологія: політична теорія, політичні технології», С. Мегентесова, Ф. Перлз, О.Д. Бойко «Політичне маніпулювання», А. Цуладзе, та інші.

Вагомий внесок у дослідженні цього феномену здійснили не лише зарубіжні вчені. Підґрунтя, для вивчення основних рис психологічного маніпулювання свідомістю у контексті суспільних і політичних процесів в Україні, заклали праці вітчизняних вчених В. Бебика, М. Томенка. О. Зернецької, С. Кащавцевої, М.Варія, В. Королька, Н. Костенко, В.Полторака, Г. Почепцова, І.Слісаренка, Т. Ляпіної, Ю. Ганжурова, Є.Тихомірової, О. Гриценко, Е.Слободянюк, І. Шовкуна.

Дослідниця К. Луценко у дисертаційній роботі здійснила комплексне дослідження сучасних теоретичних концепцій і форм практичної реалізації феномену маніпулювання свідомістю та політичної реклами в період з 1994 до 2004 року. Технології та прийоми мовного впливу на цільову аудиторію викладено у монографії В. Різуна, в праці «Лінгвістика впливу», Н.Непийводи, В. Корнєєва.

Значні внески в дослідження теми пропаганди зробили такі вчені: Н.Бутенко, О.Гриценко, О.Литвиненко, О.Манойло, О.Прасюк, Ю.Рубан. О.Манойло вказує: «Друга половина ХХ ст. була надзвичайно багата на

прикладі психологічних операцій з маніпулювання свідомістю людей як під час збройної боротьби, так і в ході виборчої боротьби» [15]. Зокрема, недостатньо вивчений той бік пропаганди, який дає змогу поширювати серед громадськості такі позитивні настанови, як, наприклад, здоровий спосіб життя, національні ідеї, патріотизм тощо.

Погляди дослідників часто змінювались, це пов'язано, на мою думку, зі зміною сфер діяльності суспільства, розширенням інформаційної сфери та, безперечно, із суб'єктивним ставленням до цього. Аби з'ясувати сутність феномену «маніпулювання», варто проаналізувати типові підходи вчених, що займались дослідженням цього питання в різні часи. Філософське осмислення проблеми «маніпулювання» було започатковано ще античними філософами.

Перш за все, варто згадати перші згадки маніпулювання громадською свідомістю Платона в його праці «Держава». Його думки базувались на оперуванні категоріями брехні та викривлення фактів [12]. В Античності, такого прямого поняття «маніпуляція» не має, адже його почали використовувати значно пізніше.

Епоха Відродження ілюструє яскраві приклади дослідження проблеми «маніпулювання» такими філософами як Н.Макіавеллі та Т.Гоббсом. Від так з'являється навіть окремий термін - «макіавелізм» названий на честь вченого. В цей період, маніпулювання людьми починає виступати як своєрідний атрибут політики [27].

Н.Макіавеллі навіть створює низку маніпулятивних правил, головним принципом яких виступає - створення спотвореного сприйняття суспільства. Всі правила Н. Макіавеллі вимагали максимальної уваги до збереження зовнішнього боку поведінки маніпулятора, оскільки саме вона взаємодіє з оточуючими та може бути ними проаналізована [27].

Автори розуміють «макіавелізм» як «нечутливість» до порушень етичних норм, тут мова йдеться скоріш саме про підвид маніпуляції, який

окремо стосується саме політичного сектору, бо сам філософ застосовував поняття відносно загальної системи управління.

Погляди наступного вченого епохи Відродження - Т. Гоббса, на мою думку, переплітаються із поглядами, про які вищезгадано. Т.Гоббс вважав: «люди за своєю природою мають тенденцію до ворожого ставлення один до одного, говорив про ігнорування законності чи моральності, якщо мова іде про інтереси держави» [27].

Загалом, із швидким темпом погляди на «маніпулятивний вплив суспільства» розширювались, змінювались також, я вважаю, удосконалювались. Проте головною, базовою основою усіх них було - створення відносин аби одні підпорядковувались іншим.

Із перших дослідників прямо «маніпулювання» описував німецький соціолог Герберт Франке та визначив маніпулювання - як таємний вплив, що завдає шкоду тим особам, на яких вона націлена: «Під маніпулюванням в більшості випадків слід розуміти психічний вплив, який здійснюється таємно, а отже, і на шкоду тим особам, на яких воно спрямоване. Найпростішим прикладом тому може слугувати реклама» [36].

Слово маніпуляція має корінь латинського слова manus - рука. В словниках європейських мов термін тлумачиться як поводження з об'єктами з певними намірами, цілями. Мається на увазі, що для таких дій потрібна спритність та вправність. В технічному плані, ті пристосування для керування механізмами, є продовженням рук - називаються маніпуляторами. Звідси і походить переносне значення слова - спритне поводження з людьми як з об'єктами, речами.

Оксфордський словник англійської мови трактує маніпуляцію як складний прийом впливу, операція, витівка [39].

За концепцією російського дослідника С.Г.Кара Мурза, маніпуляція - є метафора, використовується в переносному сенсі - спритність рук в поводженні з речами, тобто спритне керування людьми [24].

Вчений виділяє наступні ознаки маніпуляції:

1. Маніпуляція - вид духовного психологічного впливу. Мішенню маніпулятора являється дух, психологічні структури людської особистості;

2. Маніпуляція - прихований вплив, факт якого не має бути розпізнаний об'єктом маніпуляції.

Цієї ж думки дотримується ще один автор, Г.Шиллер, він вважає, що аби досягти успіху маніпуляція має бути прихованою. Відомо, що людина вдається до маніпулятивних тактик задля бажання отримати любов від інших та владу над ними. При цьому, маніпулятор свідомо приховує власні наміри та бажання аби отримати похвалу інших. На підтвердження цієї думки, зазначу слова Г.Шиллера: «Успіх маніпуляції гарантований, коли той, над ким маніпулюють, вірить, що усе, що відбувається - природньо та неминуче» [18].

3. Маніпуляція - це вплив, який потребує значної майстерності та знання.

4. До людей, якими маніпулюють, ставляться не як до особистостей, а як до особливого роду речей. Маніпулятор, використовуючи «живий матеріал» досягає своєї мети [24].

Відповідно до цього, процес маніпулювання людьми можна віднести наступним чином: він завжди розглядається як використання людей з метою отримання вигоди маніпулятору, не враховуючи їх інтереси. Я вважаю, що людина яка стає об'єктом маніпуляції обезцінюється.

Безперечно, маніпулювання - це взаємодія, адже без суб'єкта на який націлена дія, вона не відбудеться. С.Г.Кара Мурза визначає: «жертвою маніпуляції людина може стати лиш в тому випадку, якщо виступає як її співавтор. Тільки сама особа, під дією отриманих сигналів змінює свої погляди, думку, настрій та починає діяти по новій програмі - в такому випадку маніпуляція відбулась» [24].

В свою чергу російський вчений А.Соловйов визначає маніпулювання як особливий вид інформаційного впливу, спрямований на приховування комунікатором власних цілей, але при цьому збудливим у об'єкта

маніпулятивного впливу наміри, збігаються ні з його власними бажаннями, а з інтересами даного комунікатора [29].

Цікавим є підхід С.О. Мегентесова, згідно його поглядом, маніпуляція невід'ємно пов'язана з впливом та навіюванням [26, 15].

Це пояснюється тим, що людина знаходиться в середовищі стрімкого поширення інформації яка, по суті, завжди впливає на неї. Маніпуляція має місце тоді, коли інтереси адресанта і реципієнта не співпадають і перший намагається певним чином вплинути на отримувача повідомлення. Маніпуляція може бути гедоністичною та прагматичною. Метою гедоністичної є вплив на психологічний стан реципієнта. Прагматична характеризується чітким планом та є стратегічною [25,18].

Проаналізувавши вищезазначені підходи, щодо розуміння явища маніпулювання, можна виокремити загальні характеристики:

1. психологічний вплив на реципієнтам- родова ознака;
2. здійснюється свідомо, ціленаправлено, іноді за продуманими стратегіями;
3. прихований характер впливу;
4. бажання отримати односторонню вигоду.

Досить часто, людина якою маніпулюють, не розуміючи того, підтримує думку іншого за свою. Причини для маніпулювання можуть бути різними, з цього приводу Фредерік Перлз вважає, що основною є - постійний внутрішній конфлікт особистості та відсутність довіри до самого себе та інших [20].

В ході дослідження ми бачимо, що маніпулювання розглядається в багатьох науках - філософії, психології, соціології також сюди потрібно віднести політологію. Внаслідок цього виділяють велику кількість класифікацій маніпулювання, проте зупинюсь на основній - види маніпулювання: політичні, особистісні та масові [21].

Варто згадати, у цьому аспекті, підхід А.Цуладзе: автор класифікує політичне маніпулювання по цільовим орієнтаціям, намірам та причинам:

1. ціллю виступає мотив перемогти на виборах та отримати політичну владу;
2. реалізувати та впровадити владу: ідеї, стратегії; ключовою метою є - збереження владних позицій та зберегти в своїх руках політичну владу [30].

У контексті мого дослідження, зупинюсь власне на одному з видів - політичному. На думку політологів, використання різних прийомів впливу на суспільство - є основою політичного процесу, зокрема виборчих кампаній, агітування, пропаганда тих чи інших поглядів політиків і тд. Політичний вплив - це один із основних інструментів захоплення влади та підпорядкування громадян під власні інтереси. Про те, що в українських суспільно - політичних умовах життя створено сприятливі умови для маніпуляцій, свідчать слова відомого політолога В. Полохала: «Маніпулювання свідомістю (у загальноприйнятому розумінні цього поняття) в контексті наслідків і ризиків фінансової глобалізації стає нормою для частини українського політикуму» [14].

У науковій літературі є велика кількість підходів щодо визначення «політичного маніпулювання» які відображають сутність, специфіку, ключові завдання та форми впливу на суспільство. Згідно з концепції політолога О. Д. Бойко: «політичне маніпулювання - потужний комплекс психологічних, ідеологічних та організаційних дій, спрямованих на приховане корегування масової свідомості з метою стимулювання суспільної активності у потрібному маніпуляторіві напрямі в боротьбі за політичну владу, її захоплення, використання, утримання» [33].

Важливо відмітити основні функції політичного маніпулювання, які виокремлює у своїй роботі О.Д.Бойко:

1. інформаційна - отримання та розповсюдження відомостей про найважливіші події для громадян і органів влади;
2. набуття (посилення) впливу - стимулювання змін мотивів та установок партнера;

3. контроль над свідомістю - фіксація в свідомості необхідних стереотипів, іміджів і тд.
4. регулювання - спрямування поведінки та дій об'єкта політичного маніпулювання у потрібному для маніпулятора напрямі;
5. провокативна - інспірування у потрібний момент конфлікту з партнером по політичному спілкуванню або у таборі опонентів;
6. маскування - приховування справжніх намірів шляхом змовчування;
7. захисна - використання маніпулятивних засобів та дій під час атаки супротивника;
8. адаптивна - пристосування маніпулятивної стратегії і тактики до конкретної ситуації та специфіки партнера по політичному спілкуванню; 9 мобілізаційна - формування комплексу спонук (інформаційних, мотиваційних, емоційних тощо), які забезпечують необхідну політичному маніпулятору дію чи бездіяльність об'єкта маніпулювання.

По суті, маніпулювання в політиці - це спекуляція почуттями, емоціями мас, тому можна вивести більш загальне пояснення - управління масовою свідомістю в певних політичних інтересах.

Основним засобом політичної маніпуляції є - міф. Політичний міф - розповсюдження ідей, «спотворення» політичної реальності тим самим створюючи соверідний структурний елемент свідомості - міфосвідомість. Створення соціальних міфів, ілюзорних, ідеалізованих ідей, які стверджують певні цінності і норми без раціонального осмислення - загальна технологія глобального державного маніпулювання, що становить фундамент всієї ілюзорної картини, створюваної маніпуляторами [34].

Наприклад, несучими конструкціями комуністичної системи маніпулювання виступали саме міфи, як головне джерело соціального зла. У США, на думку американського професора - ліберала Г. Шиллера, головними ідеями панування правлячі еліти виступають 5 (соціальних міфів):

- про індивідуальну свободу і особистий вибір громадян;

- про нейтралітет найважливіших політичних інститутів: конгресу, суду, президенської влади, а так само засоби масової інформації;
- про незмінну егоїстической природі людини, його агресивності, схильності до накопичення і споживацтва;
- про відсутність в суспільстві соціальних конфліктів, експлуатації і гноблення;
- про плюралізм засобів масової інформації, яке в дійсності, не дивлячись на їх велику кількість, контролюється великими рекламодавцями і урядом і представляє єдину індустрію ілюзорної свідомості [18].

Загалом, наведені підходи до розуміння сутності маніпулятивного впливу на свідомість громадян, дають підстави стверджувати, що - маніпулювання виступає як негативний фактор, який є невід'ємною частиною багатьох сфер діяльності, який пригнічує інтереси соціуму.

Проте, існує думка, що маніпулювання може мати і позитивний аспект. Наприклад, А. Цуладзе з цього приводу пише: «Маніпуляції бувають необхідні та корисні, однак де та межа, за якою закінчується корисна дія маніпулятивної діяльності?» [30]. Звичайно, маніпуляція в ім'я благих цілей безумовна можлива, але її реалізація за сучасного рівня політичної культури піддається сумніву [30].

Більш цікавим є думка, автора Р. Борецького, він пише: «Під пропагандистським маніпулюванням треба розуміти послідовно і цілеспрямовано здійснюване управління масовою свідомістю (а через нього і поведінкою), що направлене здебільшого до ірраціональної сфери сприйняття, спирається на вселяння і є таким, що має на меті запобігання соціальним конфліктам» [22].

Важливе місце у дослідженні даної проблеми займають фундаментальні психологічні принципи, яким підпорядковується політичне маніпулювання:

1. Принцип послідовності. Історичний досвід доводить, що люди завжди прагнули бути послідовними в своїх думках, діях та словах, адже

послідовність поведінки високо цінується громадськістю, а зрозумілі і прогнозовані дії індивіда сприяють суспільній стабільності. Підсвідоме прагнення ґрунтом для політичного маніпулювання, адже послідовність як форма поведінки ґрунтується на стереотипній дії, що виключає критичний аналіз та осмислення ін формації.

2. Принцип взаємного обміну. У міжособистісному, груповому спілкуванні людина, поважаючи багатовікову традицію, прагне адекватно віддячити за те, що отримала від інших людей (послуги, гроші, інформацію тощо). Правило взаємного обміну часто використовується як інструмент політичного маніпулювання, адже в політичному житті досить важливим є обмін взаємними послугами, голосами, зобов'язаннями тощо. Впливовий політик — не лише той, хто має солідні зв'язки, а перш за все той, кому зобов'язані просуванням кар'єрними сходінками, сприянням бізнесу тощо. Це простежується у взаємодії різних гілок і рівнів влади, в процесі лобіювання, ухвалення законів, у міждержавних переговорах. Реалізація цього принципу відбувається з використанням таких тактик:

- а) тактика «ти — мені, я — тобі»;
- б) тактика завищених вимог.

3. Принцип соціального доказу. За своєю природою, люди схильні орієнтуватись на модель поведінки собі подібних - наслідування, при прийнятті рішень, вирішенні конфліктів, тих чи інших ситуацій. За таких обставин принцип соціального доказу може бути використаний політичними маніпуляторами підкорятися певній вимозі, зайняти певну позицію. Цим користуються тиражовані засоби масової інформації, різноманітні опитування, рейтинги, тощо. Суть принципу полягає в тому, що людина, навіть маючи власну думку стосовно політичних лідерів, партій, може суттєво змінити її, побачивши на екрані або почувши по радіо, що значна кількість його співвітчизників займає іншу позицію. Дія принципу посилюється внаслідок нестабільності, невизначеності суспільства, що призводить до зростання невпевненості серед людей.

4. Принцип прихильності. Психологічний вплив на людей залежить від сприйняття ними особистості, яка їх у чомусь переконує. При цьому важливо:

а) фізична привабливість - ефектна зовнішність, приємний вигляд породжує в людей завищені оцінки якостей (ділових, особистісних, тощо) створює ілюзію, що «такий симпатичний політик» не може бути безпринципним, непрофесійним, непорядним, нечесним тощо.

б) подібність до об'єкта маніпулювання. Досвід показує, що політик, який зображає «людину з народу», часто здобуває перемогу над політиком, який демонструє свою належність до еліти. Здебільшого, суспільство надає перевагу «своїй людині» пишаючись, що «один із нас» досяг висот влади, буде представляти їх інтереси.

Посилюють маніпулятивну дію адресовані аудиторії компліменти, обіцянки, які часто некритично сприймає електорат («Він справедливо нас оцінює», «він розуміє наше життя», «він знає наші проблеми»).

Таке маніпулювання породжує банальну логіку: якщо він зумів цього досягти, то під його керівництвом можемо досягти ще більшого.

5. Принцип авторитету. В усі часи в суспільстві існувала еліта - авторитетні особи, лідери, які приймали важливі рішення, адекватно аналізували ситуацію та вели людей до успіху. Авторитетність серед інших засновується на знаннях, моральних якостях і тд. У сприйнятті суспільством політика важливу роль відіграють символи авторитетності - титули, одяг, манера поведінки, атрибути, які перетворюються на могутні важелі впливу на громадську думку. Їх сила значно збільшується завдяки потужному впливу на підсвідомість: до індивідів, які володіють символами авторитету, ставляться з великою прихильністю, хоч вони не мають жодних інших реальних переваг.

6. Принцип дефіциту. Люди найбільше цінують те, чого їм бракує, принцип дефіциту потужно впливає на їх свідомість. Цей принцип поширений у політичному маніпулюванні, оскільки будь-які заборони,

обмеження породжують дефіцит, інтерес, потяг до забороненого. Політтехнологи пропонують людині, громадськості товар (ідею, лідера, інформацію тощо), навколо прощтовхування і реалізації якого штучно створювався ажіотаж. В цілому мета принципу - послідовне, цілеспрямоване формування одnobічної системи залежностей між суб'єктом та об'єктом маніпулювання.

Проаналізувавши зазначені принципи політичного маніпулювання, можна зробити висновок, що усі вони спрямовані на завоювання прихильності суспільства та становлять основу політичного маніпулювання в цілому, визначають його форми, мету, специфіку та застосування на практиці [37].

Висновки до 1 розділу

Отже, маніпулювання свідомістю є невід'ємною складовою владних відносин та важливим елементом життєдіяльності. Взагалі, поняття «маніпуляція» має декілька визначень. Одне із них зустрічається в Оксфордському словнику англійської мови. На будь якому етапі розвитку суспільства, маніпуляція займає вагоме місце, особливо в політичних процесах. Особливістю будь якого маніпулювання є – збереження в суб'єкта відчуття суб'єктивності та персонально прийнятого вибору, а також прихованість дій маніпулятора. «Маніпулювання» є об'єктом дослідження багатьох наук, зокрема, займає провідне місце у – філософії, соціології, психології, політології.

Поняття політичне маніпулювання розглядається як - складна система засобів, методів психологічного, ідеологічного впливу, з метою нав'язування власних ідей та поглядів, приховане управління поведінкою людей аби примусити діяти всупереч власним інтересам (знецінення інтересів суспільства) та завоювання влади і прихильності народу. Система засобів маніпулятивного впливу на маси, в політичному просторі, спрямована на завоювання влади, прихильності народу.

Серед функцій політичного маніпулювання, можна виокремити найбільш загальні:

- нав'язування певних думок, ідеологій, цінностей;
- створення «штучних» почуттів та вражень до потрібних маніпулятору осіб;
- поширення вигідних для маніпулятора стереотипів серед суспільства.

Розділ 2 Особливості використання засобів масової інформації у політичному маніпулюванні

Засоби масової інформації – це публічне поширення різних даних і відомостей за допомогою різноманітних технічних засобів (телебачення, радіо, Інтернет, газети, журнали) [4].

Засоби масової інформації здійснюють не лише інформативну функцію, а й дають можливість глядачам, читачам формулювати власні думки щодо різних тем, подій, тощо.

Історія вивчення маніпулятивної ролі засобів масової інформації в політичному процесі починається з 20-х років ХХ століття. Саме в цей період подібні дослідження стали особливо актуальними, це пояснювалося тим, що

- по-перше, розвиток самих засобів масової інформації, поява радіо, а потім і телебачення неминуче послужили поштовхом для вивчення аудиторії засобів масової інформації, їхнього впливу на поведінку людей;

- по-друге, тим, що Перша світова війна в Європі поставила завдання вивчення здатності засобів масової інформації впливати на аудиторії воюючих країн за допомогою масованої пропаганди.

Більшість дослідників намагалися визначити й описати силу впливу засобів масової інформації не тільки на свідомість окремих людей, але й на суспільну думку й поведінку в цілому. Прикладом може слугувати дослідження маніпулятивної ролі мас-медіа, у визначенні електоральних установок і орієнтацій, в якому виділяють два основних підходи. Прихильники першого підходу стверджують, що засоби масової інформації впливають на аудиторію, на формування політичних орієнтацій виборців. Прихильники другого - переконані, що роль засобів масової інформації в цьому процесі мінімальна, а їх вплив визначається рядом опосередкованих факторів.

Теоретичною основою першого підходу є робота відомого американського соціолога У. Ліппмана «Громадська думка», випущена ще в 1922 р. Автор, вивчаючи маніпулятивний вплив засобів масової інформації на виборчий процес у США, стверджував, що вони всесильні у формуванні політичних пристрастей громадян [1].

П.Лазарсфельд, аналізуючи маніпулятивний вплив засобів масової інформації на президентських виборах у США в 40-х роках ХХ ст., дійшов висновку, що інформація, передана виборцям по каналах, лише підсилює вже існуючі установки й орієнтації, які сформувалися під впливом таких факторів, як наприклад, соціальний статус. Дослідником було введено в науковий оборот поняття «двоступінчаста модель комунікації» [5].

Засоби масової інформації, згідно з поглядами автора, формують оцінки поточних подій не у всієї аудиторії. Осмислення інформації йде тільки в тієї самої нечисленної частини аудиторії, яку Лазарсфельд назвав «лідерами думок». Вони й передають своє розуміння поточної ситуації іншим громадянам, які менше цікавляться політичним процесом.

В 50-х – на поч. 60-х рр. Дж. Клаппер висунув модель «мінімальних ефектів». Дослідник писав, що медіа рідко впливають прямо й відносно слабкі в порівнянні з іншими соціальними й психологічними факторами, наприклад, суспільним становищем, груповою приналежністю, міцними установками та освітою, тощо Таким чином, засоби масової інформації звичайно не є необхідною й достатньою причиною впливу на аудиторію, а скоріше діють, у тому числі й через ланцюг медіативних факторів та впливів [23].

Цікавою є робота І. В. Матвієнко «Вплив засобів масової інформації на становлення громадянського суспільства: теоретичний аспект» [9], в якій дослідниця говорить про те, що проблему засобів масової інформації вивчає декілька галузей наук та визначає зони їх перетинання. Так, політологія, юридичні науки, психологія, філологія розкривають форми, методи та способи впливу засобів масової інформації на формування свідомості

особистості, що в свою чергу призводить до формування системи засобів ідеологічного та духовно-психологічного впливу на свідомість людини.

Питанням впливу засобів масової інформації на формування сталої громадської думки, як засобу задоволення інформаційних потреб особистості та формуванню інформаційної культури, приділяється більша увага в політології та юридичних науках.

Розглядають засоби масової інформації як провідний канал комунікації в інформаційному суспільстві з виробленням моделі здійснення комунікаційних процесів політологія, психологія, соціологія та державне управління. Вдосконалення правової діяльності засобів масової інформації є предметом досліджень державного управління, юридичних наук. Водночас технологіям маніпулювання свідомістю, до чого вдаються засоби масової інформації, у даній роботі приділене відносно невелике місце.

Проблема ролі засобів масової інформації у формуванні політичної системи, у тому числі із застосуванням маніпулятивних технологій, досліджено в роботі А. Мучника та П. Ворони. Науковці стверджують, що сучасні засоби масової інформації – це «один з головних засобів впливу діючої влади на формування громадської думки – специфічного стану суспільної свідомості, який містить приховане чи реальне ставлення різних соціальних спільнот до подій, фактів, процесів соціальної дійсності, включаючи політичну діяльність» [10].

В іншій роботі «Засоби масової інформації і політика» А. Мучник розглядає періодизацію виборчих кампаній, та коливання інтенсивності використання мас-медіа політичними структурами, і час між виборами, коли у відносинах між двома інститутами панує відносний спокій.

В роботі А. Петрушки «Засоби масової інформації України напередодні парламентських виборів 2012 року» вказано, що «причини та наслідки непрофесійної поведінки більшості українських мас-медіа в передвиборний період були обумовлені концентрацією основних засобів масової інформації в руках олігархів; зрощенням інтересів власників мас-медіа та органів влади;

використанням інструментарію засобів масової інформації для боротьби з політичною й бізнесовою опозицією; керуванням та контролем засобів масової інформації з боку владних структур у потрібному їм напрямі; репресіями проти засобів масової інформації; нестачею незалежного суспільного мовлення» [11].

З погляду сучасності, процес маніпулювання трактується як система способів ідеологічного й соціально-психологічного впливу з метою зміни мислення й поведінки людей всупереч їх інтересам. У цілому представляється важливим відзначити, що в більшості визначень даного поняття, маніпуляція представляється як певне шахрайство й махінація, тобто відображається у негативному контексті. Незважаючи на це, маніпуляція все ж таки відрізняється від таких понять, як обман і переконання. Якщо переконання є методом відкритого впливу, то маніпуляції - це скоріше прихований, непрямий вплив на особистість або громадськість. У свою чергу обман передбачає відверту неправду, чого не можна сказати про маніпулятора, оскільки він не вдається до відвертої неправди, а лише направляє розумові процеси людини у тому напрямку, який необхідно самому маніпулятору. У політичному дискурсі процеси маніпуляції доповнені іншим відтінком – вплив на суспільну свідомість реалізується з метою формування конкретної думки й конкретних бажань цільової аудиторії.

Кінцевим підсумком такого маніпулятивного впливу є влада над суспільством, здатність управляти їм і підкоряти його політичним інтересам [31].

Очевидно, що активне використання політичного маніпулювання формує загрозу трансформації громадськості з активної у пасивну масу. Це відбувається у результаті того, що інформація, трансльована й закріплена у свідомості соціуму за допомогою політичного маніпулювання через засоби масової інформації, позбавляє людей спроможності критичного мислення, пригнічує їхню волю й індивідуальність. Народ сприймає трансльований

потік інформації за «правду», а політичні лідери вдаються до штучно створеної «громадської думки» для того, щоб досягати задуманих цілей, що не відповідають потребам суспільства і не мають нічого спільного з реальними потребами соціуму.

Засоби масової інформації є найсильнішим засобом впливу на масову свідомість. Поставляючи відповідну інформацію, вони включаються в процес і результати соціальної комунікації, спричиняючи вплив на членів конкретного державно-комунікативного співтовариства, які існують у певних суспільно-соціальних і політичних умовах.

Аналізуючи конкретні прийоми маніпуляції, до яких вдаються політичні лідери, можна виділити деякі, які найбільше часто зустрічаються [13, 110]:

- Формування сприятливих установок із метою успішного просування політичного діяча, партії, програми. До даного прийому можна віднести такі теми й проблеми, трансльовані в засобах масової інформації, які створюють специфічний стан аудиторії, викликають бажану реакцію громадськості.

- Часткове переведення політичної інформації в статус секретної. Даний прийом передбачає «перед приховання» деяких важливих складових інформації за допомогою навмисних витоків, що підвищує її статус і вплив на аудиторію.

- Використання інформаційного шуму, який не дозволяє чесно й критично сприймати важливу політичну інформацію, оскільки вона стає непомітною серед численної «порожньої» інформації і не сприймається так як це необхідно. У політичному маніпулюванні інформаційний шум використовують для того, щоби забрати з аналізу інформацію, яка потрібна для прийняття того або іншого політичного рішення.

- Маніпулювання із застосуванням підсвідомих інформаційних стимулів. У сучасному політичному маніпулюванні до сфери дії такого прийому можна віднести нейролінгвістичне програмування, сутність якого полягає у програмуванні особистості за допомогою вербальних і

невербальних засобів впливу для прийняття того або іншого рішення у політичному контексті [13].

Звертаючись до маніпулятивного впливу традиційних засобів масової інформації, особливу увагу слід приділити заголовкам статей, оскільки саме назва публікації є вирішальним чинником при ухваленні рішення про те, чи варто читати всю статтю чи ні. Заголовок несе в собі основне значення навантаження, будучи до того ж текстом, істотно обмеженим в обсязі. У той же час перші характеристики подій, ярлики для різних ситуацій і явищ дійсності й перші думки (як правило, думки, вигідні елітам, які контролюють дані засоби масової інформації) доносяться до суспільної свідомості саме пресою.

Маніпуляція заголовками створює ефект відторгнення, виникає негативне відношення до певної політичної сили чи навіть держави. У сучасних засобах масової інформації широко використовуються стилістичні прийоми гри із прецедентними феноменами, які розраховані на появу в адресата потрібних асоціацій.

Будь-який прецедентний феномен явно вживається навмисне, оскільки, він задуманий для того, щоб здійснити враження на адресата, виконати функцію впливу (тобто маніпулювання). Із метою нав'язування оцінки спостерігається використання маніпуляторами так званої навантаженої мови, тобто медіазасобів, насамперед лексики, що характеризується наявністю широкого спектра кондесованих значенневих, емоційних, ідейно-політичних конотацій [10].

Використання особливої термінологічної «завіси», евфемістичних словосполучень і виразів, «відрепетируваних», відкоректованих термінів у засобах масової інформації багатьох країн сприяє: 1) абстрагуванню й знеособлюванню війни; 2) створенню ефекту пом'якшення й маскуванню; 3) притупленню негативних емоцій і формуванню відповідної суспільної думки. Наприклад, під час війни у В'єтнамі з'явився евфемізм *body bags* (контейнери

для перевезення останків загиблих солдатів), війна в Перській затоці викликала появу евфемізму «human remains pouches» [10].

Евфемістичне перейменування як різновид маніпуляції мотивується припущенням про те, що зміна імені може наділити денотат новими властивостями, тобто певним чином змінити його природу. Прийом евфемії виражається не просто у чітко спланованому використанні евфемізмів для заміни певних слів, але у моделюванні сприйняття реальності з позиції, вигідної для ініціатора комунікації. Евфемізми й дисфемізми є двома сторонами одного явища, протилежними полюсами на вісі оцінного варіювання денотата: евфемізм «працює» на поліпшення денотата, а дисфемізм - на його погіршення.

Таким чином, маніпуляція свідомістю адресата відбувається завдяки евфемістичній номінації подій, які засоби масової інформації намагаються висвітлити односторонньо, подати тільки свій погляд.

Суспільство стало інформаційним, і більшість із людей щодня споживає величезний масив інформації через телебачення, радіо, друковані засоби масової інформації, онлайн-ресурси (перш за все новинні сайти, блоги, стрічки новин, форуми, тощо), а також мобільний зв'язок. Уже неможливо уявити середньостатистичну людину, яка не була б піддана постійному інформаційному впливу. З кожним днем ми споживаємо усе більше й більше інформації, вступаючи в усі нові комунікації.

З урахуванням того, що сучасні технології масових комунікацій дозволяють доводити до цільових аудиторій різноманітну за видом, типом, формою інформацію практично у будь-який час і місці, можливості маніпулятивного впливу в глобальному інформаційно-комунікативному просторі представляються нам досить серйозними й більш того з кожним днем вони будуть тільки зростати. Якщо оцінювати навіть суто інформаційні повідомлення, що не є прямою рекламою, можна переконатися, що, як правило, вони несуть прихований вплив на слухача, телеглядача, читача, користувача мережі.

Практично будь-яка споживана нами інформація сама по собі, на мою думку, не може бути об'єктивною, тому що інформаційний привід найчастіше кимось і з якоюсь метою ініціюється інформація, що відповідає, готується для трансляції цільовим аудиторіям людьми, що мають свої усвідомлені або неусвідомлені переваги, переконання, особливості сприйняття, своє ставлення до інформаційного приводу, про який мова йде в повідомленні, а також у багатьох випадках і власні цілі передачі інформації, при цьому сам засіб масової інформації (його власники) також має свою позицію й редакційну політику.

У результаті в інформаційному просторі практично не існує "чистої" інформації, здебільшого ми одержуємо опосередковану інформацію, підготовлену з урахуванням чийось інтересів і цілей [10].

Сучасні засоби масової інформації, виступаючи в якості основних каналів масової комунікації маніпулятора із цільовими аудиторіями, мають досить високий потенціал, необхідний для активного впливу не тільки на сприйняття громадянами окремих політичних явищ і подій, але й на їхнє відношення до політики в цілому. Багато в чому від позиції засобів масової інформації залежить позиція більшості членів суспільства з того або іншого політичного питання.

Саме тому засоби масової інформації називають четвертою владою. Інтерпретація тієї або іншої події журналістами й засобами масової інформації здатна сформувати зовсім різні моделі сприйняття цієї події в суспільній свідомості залежно від того, якої точки зору дотримуються, чий інтереси вони виражають.

Особливо важливу роль у цьому процесі традиційно відіграє телебачення. Це ключовий засіб масової інформації, що використовується для здійснення політичного управління в сучасних державах. Воно має величезні можливості для формування світогляду виборців і керування ними. Необхідною умовою для створення такої ситуації є домінуюча позиція того або іншого каналу й експлуатація його для політичних цілей.

Головним інструментом телебачення як засобу маніпулятивного впливу на суспільство є новини.

У загальному розумінні новини — це суспільно значима інформація, яка через комунікативні засоби оперативно доноситься до громадської думки з метою досягнення нею суспільних реалій.

В цілому, вони повністю моделюють інформаційну картину дня та перетворюють громадян на учасників важливих суспільно - політичних подій [19].

Переважає більшість людей довіряють телебаченню як каналу одержання політичної, суспільно значимої інформації. Саме засоби масової інформації сьогодні формують для суспільства картину світу, що робить їх основним інструментом і каналом масової маніпуляції суспільною свідомістю. Засоби масової інформації добувають інформацію, відбирають її, вибирають способи трансляції, поширюють доступні для швидкого й легкого сприйняття форми. По суті, засоби масової інформації сформували на сьогоднішній день повний виробничий цикл створення й споживання інформації в масштабах різних держав.

Крім того, в умовах, коли потік інформації величезний, різноманітний і суперечливий, саме від засобів масової інформації залежить, до яких подій, процесів, політиків буде звернена увага громадськості, як і за якими критеріями буде проінформоване суспільство із приводу тих або інших суспільно значимих фактів, як і в чий інтерес вони будуть освітлені й прокоментовані. Суспільство з готовністю користується інформаційними продуктами, підготовленими засобами масової інформації. Таким чином, з'являються можливості в сфері керування й маніпуляції суспільною свідомістю, у тому числі й у сфері політики. Не випадково Ерік Фромм вважав, що політична маніпуляція позбавляє людину здатності скласти цілісну картину світу, підмінює її абстрактною мозаїкою з тенденційно зв'язаних між собою фактів [13]. Засоби масової інформації відбирають більшу частину інформації й дезінформації, якими ми користуємося для

оцінки соціально-політичної дійсності. Наше ставлення до проблем і явищ, навіть сам підхід до того, що вважати проблемою або явищем, багато в чому визначені тими, хто контролює світ комунікацій.

У світі постійно відбувається безліч подій, але суспільно значимими вони стають тільки за допомогою реклами, які самі визначають, що важливо для суспільства, а що ні, залучаючи увагу масової аудиторії до одних подій і умовчуючи про інші.

За великим рахунком у соціальній, суспільній, політичній сферах сьогодні "реально" існує для масової аудиторії тільки те, що відображено у засобах масової інформації, тільки те, що існує в інформаційному просторі. Якщо інформація про подію, явище або процес не трансльована на масову аудиторію за допомогою засобів масової інформації, то для суспільства дана подія, явище, процес не існують. Якщо цього немає в новинах - значить цього немає взагалі. У зв'язку із цим умовчання виступає в цей час одним з наймогутніших інструментів маніпуляції суспільною свідомістю.

По суті, за допомогою засобів масової інформації в суспільній свідомості істотно трансформується уявлення про реальну дійсність, що є основним ефектом маніпулятивного впливу.

Висновки до 2 розділу

Отже, засоби масової інформації - це інститути публічного та відкритого поширення інформації для широкого кола користувачів, також один із інструментів здійснення маніпулятивного впливу в політиці. Вони виконують не лише інформативну функцію, а й здійснюють маніпулятивний вплив на формування думки громадян. Роль мас-медіа у політиці не можливо переоцінити, адже, все частіше засоби масової інформації стають основним інструментом (політиків, лідерів політичних партій) впливу на завоювання влади, прихильності народу – отримання вигідних для себе результатів.

У політичному житті засоби масової інформації виконують репродуктивну (відображають політику через радіо, телебачення і пресу) і продуктивну (створить) функції, тому вони тією ж мірою, що і творці політики, несуть відповідальність за те, що відбувається в суспільстві. Засоби масової інформації активно залучені майже в усі сфери життєдіяльності та, на моє глибоке переконання, найефективніше поширюють необхідну для суспільства інформацію про ті чи інші події і тд.

Підводячи підсумок вищезазначеного, усе свідчить про те, що засоби масової інформації є головним інструментом маніпуляції громадською думкою та по суті, мають найбільший вплив на неї, фактично контролюючи наше життя.

Розділ 3. Протидія маніпулятивному впливу засобів масової інформації

Протистояти політичному маніпулюванню засобами масової інформації досить складно. Адже, засоби масової інформації застосовують найефективніші способи впливу на формування громадської думки. Способи протидії маніпулятивному впливу засобів масової інформації поділяються на: суспільні та індивідуальні. У цьому контексті, аналізу протидії маніпулятивному впливу засобів масової інформації, слід вказати про суспільні методи на прикладі протидії маніпулятивному впливу російських засобів масової інформації в Україні.

За умови, коли політична, військова й інформаційна агресія з боку РФ спрямована проти нашої держави, аналіз питань медіа-впливу, як зсередини так і ззовні, на громадську думку, настрої у середині відмінних категорій громадян, їх прояви й волевиявлення відносно політичних й економічних трансформацій в Україні є в центрі уваги дослідників.

Одна із провідних вітчизняних компаній на медіа-ринку ГО «Детектор медіа», слоган, якої «Watch dog українських ЗМІ», що у перекладі з англійської означає буквально «вартовий пес», у травні 2017 р. представила звіт відносно спроможності Росії чинити вплив на процеси в інформаційному просторі таких держав, як Україна, Угорщина, Грузія й Чехія. Інформаційний вплив вимірювався у формі індексу, для визначення якого враховувались як можливості й ресурси, так і протидія зі сторони демократичних країн [3].

Вказаний аналіз виявив, що найбільші можливості впливу виявились в Угорщині (індекс – 61), далі слідувала Грузія – 54, Україна – 49, а найменший індекс був у Чехії – 48 [3].

Оцінки експертів свідчать при цьому про те, що в усіх країнах медіа-простір є сприятливим для інформаційних впливів, причинами чому є:

- 1) олігархічна власність на засоби масової інформації;

2) падіння довіри до медіа, що не активно виявляють маніпуляції та пропаганду, натомість можуть поширювати фейки, міфи, мало приділяють уваги медіа-грамотності громадян тощо [3].

Водночас Україна є лідером із протидії пропаганді РФ (крім окупованих територій Криму й Донбасу), у нашій країні вже діє відповідне законодавство, а ряд інформаційно-аналітичних установ громадські організації беруть активну участь у дослідженні пропаганди й інформуванні громадян про її небезпеку. На сьогоднішній день, впроваджено такі основні способи протидії маніпуляціям з боку Росії:

1. в 2020 році український уряд запустив телеканал «ДОМ», розрахований на жителів тимчасово окупованих територій, зокрема кримчан. Одне із завдань цього медіа – протидія російській пропаганді;

2. засновано Центр протидії дезінформації. Основним завданням постає – донести до кримчан серед іншого й реальну картину життя; доносити до кримчан інформацію про те, що насправді є фейком чи маніпуляцією; перешкодити маніпуляціям громадською думкою [38].

Попри тиск з боку держави агресора, Україна активно розпочала свою роботу, залучає іноземних партнерів та працює в колаборації з багатьма громадськими організаціями, які досить ефективно долучені до роботи з фейками [38].

При цьому російські засоби масової інформації відслідковують слабкі сторони в українській інформаційній політиці і щоразу змінюють свої меседжі. Якщо на початку російської військової агресії проти України всі інформаційні операції були направлені на популяризацію «руського мира» та заперечення української держави, її історії та майбутнього, потік брутальних визначень, то нині тактика впливу розрахована на розум українців, намагання розхитати ситуацію зсередини, роз'єднати суспільство, посіяти сумнів, апелюючи до критичних висловів українських політиків, журналістів, псевдо українських патріотів.

Як уже вищезазначалось, існують індивідуальні способи протидії маніпуляціям засобів масової інформації, на яких зупинюсь більш детально.

Способам протидії маніпулятивному впливу засобам масової інформації в науковій літературі приділено багато уваги, проте детально вони не розкриті.

У контексті протидії маніпулятивному впливу засобами масової інформації, слід дослідити яким чином людина може ефективно переробляти потоки політичної та тієї чи іншої інформації й протистояти використуванню журналістами маніпуляціям. В основному подібні дослідження ведуться в рамках медіапросвітництва й медіапедагогіки й так чи інакше концентруються навколо понять «медійна грамотність», «інформаційна грамотність/культура» і «медіакомпетентність» [6].

При цьому під медійною грамотністю слід розуміти вміння людини знаходити в матеріалах мас-медіа інформацію, яка цікавить, критично її осмислювати й перевіряти вірогідність, а також - при наявності відповідної необхідності - самому створювати елементарні медійні повідомлення. У контексті справжнього дослідження саме критичне осмислення й перевірка вірогідності трансльованих журналістами фактів є тими компонентами, які саме й дозволяють індивідові протидіяти медіаманіпуляціям [6].

Для зручності сприйняття весь комплекс існуючих на цей рахунок рекомендацій слід розділити на дві групи - загальні принципи й інструментальні техніки. Першу становлять правила, що відносяться до сприйняття медіатекстів у цілому, другу - набір конкретних рекомендацій щодо того, як можна убезпечити себе від окремих маніпуляцій з боку журналістів.

Найбільш важливим загальним принципом є необхідність скептичного ставлення до всього того, про що нас повідомляють мас-медіа. На жаль, сьогодняшня реальність така, що за кожним інформаційним ресурсом хтось стоїть (перш за все, у фінансовому плані, тому що існувати винятково за рахунок підписки або реклами наразі практично неможливо - необхідні

«спонсори»). І швидше за все, є власні інтереси, у тому числі - стосовно до сфери внутрішньої або зовнішньої політики. Логічно припустити, що у тієї або іншої форми ці інтереси прямо або побічно будуть відстоюватися й у підконтрольних їм засобах масової інформації. Тому неминучими є випадки навмисного впливу на характер подання фактів і, як наслідок, маніпуляції з боку авторів медіаповідомлень.

Зрозуміло, цей скепсис не повинен бути абсолютним. Брати під сумнів кожне слово або думку просто неможливо. У цьому контексті медійно грамотна особистість повинна просто завжди тримати в голові той факт, що нею в принципі (не обов'язково - у даний конкретний момент, але взагалі) можуть маніпулювати. Причому особливо уважним у цьому сенсі слід бути в ті моменти, коли мова йде про які-небудь спірні, суперечливі, неоднозначні або «чутливі» для суспільства речі. Практика показує, що в таких випадках імовірність цілеспрямованого впливу на свідомість аудиторії на догоду будь-яким політичним цілям істотно зростає. На мою думку, такий спосіб протидії впливу засобів масової інформації є найефективнішим, адже маніпулювання з одного боку – це спекуляція людськими почуттями, людина як ніхто інший найкраще може контролювати власні емоції. Саме тому, глибока усвідомленість того, що нашими емоціями намагаються «керувати» якнайкраще може вберегти особу від впливу мас-медіа – преси, радіо, телебачення, реклами та інших інформаційних засобів.

Рекомендується також виробити звичку не робити швидких висновків із приводу побаченого, почутого або прочитаного в мас-медіа. Далеко не завжди та інформація, що доходить до нас уперше, у підсумку виявляється достовірною й об'єктивною. Особливо актуально це для тих випадків, коли мова йде про термінові повідомлення, що надходять під час прямого ефіру або у режимі реального часу. Більш-менш повна й відповідна до реальності картина, як правило, складається пізніше - коли повідомлювані з позначкою «блискавка» факти будуть перепереверені й підтверджені з декількох незалежних один від одного джерел. Тому в таких випадках завжди краще

просто прийняти інформацію до відома, але до певного часу утриматися від того, щоб робити з неї якісь висновки, оскільки надалі вона цілком може не підтвердитися або бути суттєво скоректована.

По можливості при сприйнятті новинних повідомлень потрібно також намагатися відключати емоції. Нерідко журналісти навмисно підвищують ступінь емоційності своїх статей або репортажів (наприклад, демонструючи кадри страждаючих дітей, зруйнованих міст тощо) із метою викликати у своїх читачів або глядачів відповідні почуття й тим самим вплинути на їхнє ставлення до того, що повідомляється. Залишатися абсолютно байдужим до подібного роду речей, природно, дуже складно, однак разом з тим потрібно намагатися завжди пам'ятати про те, що все це також цілком може бути елементом маніпулювання [8].

Аналогічним чином завжди необхідно прагнути до того, щоби, по-перше, відсівати так званий інформаційний шум і, по-друге, знаходити корінь тих проблем, що дійсно важливі для суспільства або для нас особисто. Характерні для сучасного суспільства інформаційне перевантаження й прийоми із «відтінення» невігідних для маніпулятора фактів відчутно ускладнюють для людини формування адекватної картини того, що відбулося у той або інший день. Більше того, навіть виявивши коло справді важливих тем, розібратися в їхній реальній суті (виявити справжні причини, визначити ймовірні наслідки тощо), покладаючись винятково на трансльовані журналістами фрейми, не завжди можливо.

Розібратися в суті повідомлюваного журналістами допомагає діалогічність сприйняття. При цьому діалогічність у цьому випадку слід розуміти подвійно. Як своєрідний діалог з автором – не автоматичне слідування за ходом його міркувань, а уявна дискусія з ним за допомогою задавання таких, наприклад, питань, як «Що змушує автора так вважати?», «Чому саме так, а не інакше?», «Чи не видає автор власну думка за факт?», «Чи досить у нього підстав, щоб затверджувати це?» і т.д. Іншими словами, це вже згаданий вище скепсис, але одягнений у більш конкретну форму [6].

Другий вимір діалогічності передбачає обговорення найбільш гострих і важливих для особистості проблем з іншими людьми - родичкою, друзями, колегами. Найчастіше в ході таких бесід вдається трохи інакше подивитися на конкретний сюжет, побачити в ньому нові елементи, грані, що колись не зауважувалися й, можливо, навіть дещо змінити власну думку з даного питання. При цьому очевидно, що найкраще обговорювати що-небудь із тими, хто дотримується у відношенні цього протилежних поглядів. У такому випадку ймовірність складання більш цілісного уявлення з питання, яке цікавить нас, значно більше.

Іноді, щоб зрозуміти, маніпулюють нами чи ні, досить просто оцінити повідомлюване з погляду здорового глузду й почуття міри. Для цього, зокрема, можна задати приблизно такі питання: «Чи можливо таке в принципі?», «Чи не суперечить це елементарним законам фізики або біологічним можливостям людини?», «Наскільки все це реально з погляду наявних у кого-або чого-небудь матеріальних ресурсів?» тощо. Зрозуміло, навряд чи варто оцінювати в такий спосіб кожне із тверджень автора. Однак там, де справа стосується дійсно важливих для нас тем, така практика явно не буде зайвою [6].

Доцільно зазначити три універсальні способи, які дозволяють нейтралізувати, зупинити маніпуляцію, які пропонує М. Непряхін:

крок 1 – зламати сценарій маніпуляції максимально;

крок 2 – також логічний, спрямований на мету маніпуляції, який ставить маніпулятора в глухий кут;

крок 3 розкриває прихований характер маніпуляції, руйнує модель маніпуляції.

Тут помітна певна схожість з кроком 2, однак процес нейтралізації маніпуляції різний [7].

Нарешті, одним із найдійовіших, але одночасно важких для реалізації загальних принципів протистояння маніпуляції в науковій літературі зустрічається спосіб включення у події, що відбуваються. Одна справа - коли

людина довідається про що-небудь винятково з матеріалів засобів масової інформації. Зовсім інше – коли є можливість спостерігати окремі процеси особисто, власними очима. У першому випадку люди, виходить, повністю залежать від того, яким чином інформація про те, що відбулося, буде піднесена журналістами; у другому вони зможуть співвіднести все це з тим, що спостерігали особисто.

Звичайно ж, в силу різних причин (браку часу, територіальної віддаленості тощо) особиста участь у багатьох політичних заходах і подіях просто неможлива. Але, знову ж, тоді, коли зробити це можна й коли саме питання для конкретної людини важливе, зневажати такою можливістю не потрібно.

Так, наприклад, можна прочитати й переглянути величезну кількість медіаповідомлень, витратити на це багато часу, але так і не зрозуміти, скільки ж людей прийняли участь у певних політичних заходах. А можна самому відвідати місце проведення акції, оцінити всі власними очима, поспілкуватися з людьми й у підсумку скласти унікальне, ні від кого не залежне й ніким не «відформатоване» уявлення про те, що відбувається.

Такий набір рекомендацій, які можна віднести до розряду основних принципів протидії медіаманіпуляціям. Усі вони носять досить загальний характер і являють собою, скоріше, універсальні установки із приводу того, як слід ставитися до трансльованої журналістами інформації.

Однак є ще й цілий ряд інших способів, що дозволяють розпізнати спроби несумлінного впливу на свідомість аудиторії. Один із них— це зіставлення інформації з того самого приводу з різних медійних джерел. У таких випадках різними, як правило, є й трансльовані журналістами фрейми. А отже, якщо людина буде намагатися одержувати інформацію про те, що відбувається, з різних (що принципово важливо - різнонаправлених за своїми політичними орієнтаціями і перевагами) засобів масової інформації, у неї буде можливість формувати більш цілісне уявлення, що включає в себе аргументи як прихильників, так і супротивників чого-небудь. Плюс до всього

порівняння найчастіше конфронтуючих один до одного позицій також допоможе виявити й прямі викривлення фактів (прийоми із розряду «обман»), і більш тонкі прийоми маніпулювання [16, 55].

При цьому, вибираючи ресурси для зіставлення, потрібно по можливості максимально чітко розуміти, кому вони належать і які політичні або комерційні структури за ними стоять. Зрозуміло, ці дані рідко являються публічними. Однак при бажанні з'ясувати цей момент все-таки можна. Хотілося б помітити, що така інформація дуже важлива й у тому випадку, якщо у людини немає можливості або часу порівнювати контент із декількох джерел. Навіть якщо хтось звик дивитися один телеканал або читати одну газету, знання того, хто цей ресурс спонсорує, безумовно, буде досить важливим у розумінні особливостей загальної редакційного політики даного ресурсу.

Сприймаючи інформацію із будь-якого медійного джерела, потрібно також звертати увагу на те, чи представлена альтернативна точка зору з якого-небудь питання, і якщо так, то в якому обсязі. Природно, не слід розуміти дану рекомендацію буквально: переважна більшість використовуваних журналістами тез не передбачає наявності протилежної думки. Однак у тих випадках, коли мова йде про дійсно важливе, спірне або суперечливе питання, як правило, є як прихильники, так і супротивники позиції, що викладається автором конкретного матеріалу. Стандарти журналістської роботи передбачають що у новинній статті повинен бути представлений якомога більш широкий спектр існуючих на цей рахунок поглядів. Якщо такого не спостерігається, або ж альтернативна точка зору лише згадується, але розкривається значно менш докладно, те, швидше за все, у цьому випадку має місце спроба маніпулювання [28, 76].

При цьому, щоправда, необхідно чітко усвідомлювати різницю між різними жанрами інформаційних повідомлень - такими, наприклад, як новинна замітка, репортаж, приватна думка, аналітика, інтерв'ю, пропаганда, реклама тощо. Очікувати абсолютної об'єктивності від останньої з

перерахованого, звичайно ж, чи навряд доводиться. Так само як і в рамках «приватної думки» або блога, наприклад, автор вільний висловлювати тільки ту точку зору, яку вважає потрібною. Однак якщо мова йде, скажемо, про новинний репортаж або аналітичну статтю, то тут уже повинні дотримуватися вимоги об'єктивності й хоч якоїсь неупередженості.

Взагалі, незважаючи на те що зовні все це видається зрозумілим, на практиці мало хто з людей надає цьому велике значення. Далеко не все замислюються над жанрами медіатекстів, з яких вони здобувають інформацію. Проблему збільшує ще й те, що, на відміну від західних країн, де, принаймні, у друкованій пресі прийнято чітко позначати вид матеріалу (редакційна стаття, приватна думка тощо), у нашій країні таке можна зустріти далеко не завжди.

На жаль, практично настільки ж рідко ми звертаємо увагу й на джерело трансльованої журналістами інформації. Що це – офіційна заява чиновника, думка експерта, анонімне «високопоставлене джерело» або щось ще? На наш погляд, ступінь довіри кожному з перерахованих варіантів повинна бути різною. Надаючи неправильну, неперевірену інформацію або висловлюючи думку, не відповідну до дійсності, перші два ризикують як мінімум своєю репутацією. Водночас третій, в силу того що він не названий, не ризикує взагалі нічим. Більше того, як ми вже відзначали, у реальності цього анонімного джерела може й не бути зовсім - у такий спосіб журналісти можуть озвучувати інформацію, яка вигідна їм самим або іншим суб'єктам [28, 76].

Іноді, щоб довести факт маніпуляції, досить просто перевірити вірогідність викладених у медіаповідомленні фактів. Для цього можна уточнити що-небудь у довіднику або будь-яких інших інформаційних ресурсах, не зв'язаних безпосередньо з політикою. На Заході самі редакції багатьох ЗМІ, не бажаючи бути пійманими на фактологічних помилках або неточностях, створюють відповідні відділи, які займаються попередньою перевіркою дат, цифр, цитат, що містяться в інформаційних матеріалах тощо.

Така робота навіть одержала відповідне найменування – fact-checking (перевірка фактів). В Україні ж подібна практика тільки починає впроваджуватися.

З метою підвищення імунітету до медіаманіпуляцій рекомендується звертати увагу на використовувану автором лексику – яким чином хтось або щось йменується (найпоширеніші приклади: «сепаратист» або «борець за незалежність», «ополченець» або «бойовик», «возз'єднання» або «анексія» тощо), які метафори, епітети, евфемізми, порівняння при цьому використовуються. Іноді буває корисно просто своїми словами, по можливості уникаючи політично навантажених термінів, переказати основний зміст медіаповідомлення. Вважається, що у такий спосіб можна виявити які-небудь розбіжності у логіці автора й, як наслідок, не піддатися на закладені у медіатекст маніпуляції.

Нарешті, ще одним досить діючим механізмом виходу з-під впливу маніпулятора (особливо в тих випадках, коли вплив здійснюється щодня) є паузи у звичному режимі одержання інформації. Практика показує, що, якщо, наприклад, протягом тижня не дивитися «улюблену» новинну телепередачу або не читати газету, то потім, по закінченню перерви, трансльований по даному каналу контент чи подана стаття в газеті буде сприйматися зовсім інакше – більш критично й неупереджено [2, 19].

Зрозуміло, що універсальних способів, що дають стовідсоткову гарантію захисту, бути не може. Однак у своїй сукупності описані вище прийоми здатні зробити людину значно менш уразливою і більш медійно грамотною. Витративши якийсь час на критичне осмислення трансльованої інформації, ми тим самим убезпечимо себе від нав'язаних нам неправильних і упереджених уявлень.

Висновки до 3 розділу

Є очевидним, що засоби масової інформації в суспільстві надалі будуть посилювати свою роль та значимість і, безсумнівно, впливати на всі сфери життєдіяльності. Зважаючи на реалії сьогодення, безперечним є те, що боротись маніпулятивним впливам засобів масової інформації з боку Росії та в цілому стає дедалі складніше. Вирішенням цієї проблеми є – необхідний комплекс заходів щодо захисту інформаційного простору, спрямованих на нейтралізацію іноземної негативної пропаганди; забезпечення владою національної безпеки країни та об'єднання суспільства навколо ідей державності.

Як уже було зазначено, в контексті індивідуальних способів протидії маніпуляціям, пропаганді та навіюванням думок журналістами, пресою, тощо - потрібно чітко розділяти інформацію яку несуть нам засоби масової інформації та впевнюватись у її достовірності, щоб не підлягати негативному впливу.

Безперечно, варто пам'ятати правила, які можна звести до двох основних:

по-перше, необхідно чітко розмежовувати реальні факти від думок авторів про них;

по-друге, навіть за найменшого сумніву, про ту чи іншу подію, конкретну особу, тощо – знайти якомога більше підстав бути переконаним в достовірності даної інформації.

Підсумовуючи усі зазначені індивідуальні способи протидіяти маніпуляціям засобів масової інформації необхідно в більшій мірі керуватись здоровим глуздом, власними емоціями та сприймати інформацію усвідомлено, виважено.

Висновки

Підсумовуючи вищезазначене можна вважати: явище маніпулювання суспільною думкою в усі часи цікавило дослідників, мало свої певні особливості та специфіку, проте, їх підходи, щодо розуміння сутності даного феномену, можна звести до одного загального – це мистецтво, вміння приховати власні наміри, завоювати інтерес та сформувати у цільових аудиторій необхідної «власної» думки й відношення до різних процесів, явищ, об'єктів, подій. Маніпулятивний вплив на свідомість суспільства здійснює, так звану, функцію контролю, регулювання, управління. Маніпулятор завжди вдається до прихованого впливу, позбавляючи тим самим людину можливості критично сприймати інформацію, самостійно міркувати й ухвалювати рішення.

У сучасному світі складно переоцінити вплив засобів масової інформації на свідомість людини, однак, дослідження багатьох вчених підтверджують думку про те, що мас-медіа найефективніше впливають на формування громадської думки. Маніпулятивний вплив в політичному процесі здійснюється засобами масової інформації в найбільшій мірі. Радіо, преса, телебачення, тощо, будучи присутніми в житті кожної людини, привертають нашу увагу до актуальних проблем, часто впливають на вчинки, групові дії людей. При такому великому потоці інформації людині часом важко перевірити її вірогідність і критично оцінити спосіб представлення. У медіа, з'явилася можливість формувати політичні, ціннісні й інші суспільні установки, внаслідок чого і з'явилося таке явище, як маніпуляція масовою свідомістю. Головним інструментом спілкування виступає мова, тому саме мовна політична маніпуляція є найпоширенішим типом маніпуляції. Цьому сприяє й те, що мова надає безліч інструментів для впливу на аудиторію.

Таким чином, політична маніпуляція - це вид впливу, мистецьке виконання якого веде до прихованого порушення в іншій людині намірів, не співпадаючих з її актуальними існуючими бажаннями. Безперечно, маніпуляція використовується для досягнення одностороннього виграшу за

допомогою прихованого спонукання іншої особи до вчинення певних дій, за допомогою впливу на різні структури особистості.

До критеріїв ефективності маніпулятивного впливу в засобів масової інформації можна віднести:

1. Використання певних механізмів психіки людей.
2. Розрахунки часу повідомлення інформації, каналу її поширення тощо.
3. Прив'язка аудиторії до емоційно близького, персоніфікованого джерела інформації.
4. Підпороговий вплив на психіку, експлуатація базових потреб індивіда.

Зважаючи на реальний вплив засобів масової інформації, важливим постає питання протидії цьому. Усі індивідуальні способи протистояти засобам масової інформації є досить легкими і доступними для кожного, не потребують ніяких зусиль. Аби не стати жертвою маніпуляцій з боку мас-медіа, можна звести до двох, запропоновані дослідниками, рекомендації:

- скептично ставитись до інформації яку нам несуть мас-медіа;
- завжди пам'ятати, що можна стати жертвою маніпулятивного впливу;
- не оперуватись емоціями, контролювати та намагатись перевірити достовірність інформації, яку ми отримуємо;
- не сприймати інформацію з будь-якого медійного джерела, на маючи альтернативної точки зору на ту чи іншу подію.

Ряд рекомендацій, можуть вберегти кожного від негативного впливу, навіювання думок з боку мас-медіа.

Проблема суспільних способів протидії маніпулятивному впливу є більш складною. На прикладі нашої країни, ми спостерігаємо, що інформаційний простір України формується певним чином під впливом інших держав. Безперечно, це несе негативні наслідки для цілісності держави. На сьогодні, Україна перебуває під сильним впливом на громадську свідомість з боку російських засобів масової інформації.

Основне завдання, яке стоїть перед нашою державою, щоб протидіяти РФ – сформувати та зміцнити національну свідомість громадян України, а також розробити дієві механізми захисту власного інформаційного простору та інформаційної безпеки держави.

Список використаної літератури та джерел

1. Владимиров В. М. Структура масової свідомості: погляди У. Ліппмана та О. Потєбні й спроба їх актуалізації / В. М. Владимиров // Науковий вісник Запорізького державного університету. Філологічні науки. – Запоріжжя, 2002. – № 3
2. Галушко С. О. Протиборство в інформаційному просторі / С. О. Галушко // Оборонний вісник. – 2011. – № 11.
3. ГО «Детектор медіа» презентувала Індекс інформаційного впливу Кремля [Електронний ресурс] // Media Sapiens. – 2017. – 5.16. – Режим доступу:
http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/advocacy_and_influence/go_detektor_media_prezentovala_indeks_informatsiyного_vplivu_kremlya
4. Демідова А.А, магістрант спеціальності «Публічне управління та адміністрування» http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/4_2018/102.pdf
5. Зражевська Н. І. Комунікаційні технології: лекції / Н. І. Зражевська. – Черкаси: Брама-Україна, 2010. – 224 с.
6. Іванов В. Ф. Міжнародна журналістика. Міжнародний піар : навч. посіб. / В. Ф. Іванов, О. С. Дудко. – К. : Освіта України, 2011. – 288 с.
7. Карпенко М. П. Суть поняття "маніпуляція", її характеристика та методи нейтралізації / М. П. Карпенко // Засоби навчальної та науково-дослідної роботи. - 2015. - Вип. 45. - Режим доступу:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpkhnpu_zntndr_2015_45_5
8. Кияк Б. Р. PR – стосунки з громадськістю / Б. Р. Кияк / Академія праці і соціальних відносин Федерації професійних спілок України. – К., 2016. – 297 с.
9. Матвєєнко І. В. Вплив засобів масової інформації на становлення громадянського суспільства: теоретичний аспект / І. В. Матвєєнко // Університетські наукові записки. – 2010. – № 2.

10. Мучник А. М. Роль засобів масової інформації у формуванні політичної системи (управлінський аспект механізму впливу громадськості на публічну владу) / А. М. Мучник, П. В. Ворона // Теорія та практика державного управління. – 2009. – Вип. 3.
11. Петрушка А. І. Засоби масової інформації України напередодні парламентських виборів 2012 року / А. І. Петрушка // Наукові записки Інституту журналістики. – 2015. – Т. 59.
12. Платон. Діалоги. – Харків: Фоліо. 2008. –с 75. [Електронний ресурс] / Платон. – Режим доступу: https://platona.net/load/knigi_po_filosofii/istorija_antichnaja/platon_dialogi/7-1-0-1498
13. Політичний консалтинг в Україні: Агенція комплексного розвитку «MARTIN group». – К. : Видавництво: АФ «ВаМа», 2016:
14. Полохало В. І. Маніпулювання свідомістю українців в контексті глобалізації [Електронний ресурс] / В.І. Полохало.–Режимдоступу : http://www.politdumka.kiev.ua/index.php?ID=76&by_id=1&show_news=1#
15. Прасюк О. Маніпулювання свідомістю виборців як комунікативна практика [Електронний ресурс] / О. Прасюк. – Режим доступу: http://journ.lnu.edu.ua/vypusk7/n9-2/tele-and_radio_journalism-9-2-22.Pdf .
16. Різун В. В. Лінгвістика впливу: монографія / В. В. Рузун, Н. Ф. Непийвода, В.М. Корнєєв. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2016. – 148 с.
17. Чік Л. Засоби мовного маніпулювання у сучасних ЗМІ / Л. Чік // Літературний процес: методологія, імена, тенденції. Філологічні науки. - 2015.-№5.-С.121-123.-Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Litpro_2015_5_33
18. Шиллер Г Маніпулятори свідомістю / пер з англ. М., 1980.
19. Шпортько О. В. Маніпулятивний характер впливу телебачення на особистість / О. В. Шпортько // Наукові записки [Інституту політичних і

етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України]. - 2008. - Вип. 38. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzipiend_2008_38_28

20. Perls F. Gestalt Therapy Verbatim / Frederick S. Perls. – Lafayette, California: Real People Press, 1969. – 279 p

21. Анохин М. Политические технологи / М. Анохин // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер.: Политология. – 2015. – № 2.

22. Борецкий Р. Бермудский треугольник ТВ [Электронный ресурс] / Р. Борецкий. – М., 1998. – 264 с. – Режим доступу : http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&b_id=609&c_id=7278

23. Жукова Н. А. Сравнительный анализ роли СМИ в современном политическом процессе России и США / Н. А. Жукова // Власть. – № 11. – 2007.

24. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. – М.: Эксмо, 2006. - 436с. – [электронный ресурс] режим доступа: <http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul145.htm>). С.Г. Кара-Мурза. Манипуляция сознанием.

25. Катенева И.Г. Механизмы и языковые средства манипуляции в текстах СМИ: дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.01 / И.Г. Катенева. – Новосибирск, 2010. – 250 с.

26. Мегентесов, С.А., Мохамад, И. Лингвистические аспекты психического воздействия и приемов манипуляции / С.А. Мегентесов, И. Мохамад. - Краснодар: 1997. – 105 с.

27. Мележик И.Н. Понятие, происхождение и природа государства в политическом учении Т. Гоббса // Актуальные проблемы истории политических и правовых учений. – М., 1990.

28. Панарин И. Н. Информационная война, PR и мировая политика / И. Н. Панарин. – М. : Горячая линия-Телеком, 2011. – 352 с.

29. Соловьев А. И политология : политическая теория, политические технологии. М., 2000 – 559 с.

30. Цуладзе А. Политические манипуляции, или покорение толпы [Электронный ресурс] /А. Цуладзе. – М., 1999. – 274 с. – Режим доступа: <http://www.tnu.in.ua/study/books.php?do=file&id=736>
31. Шейнов В. П. Психотехнологии влияния. Технология скрытого управления людьми / В. П. Шейнов. – М. : АСТ ; Минск : Харвест, 2008.
32. <http://uip.uipa.edu.ua/wpcontent/uploads/2015/04/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F-3.pdf/>
33. <https://academia-pc.com.ua/product/198>
34. <https://core.ac.uk/download/pdf/268616639.pdf>
35. https://marketing.dovidnyk.info/index.php/sferaprumarketinguzvyazki_izgromadskisty/universalnijdovidnikpopablikrilejshnz/863zmi_yak_instrument_manipulyaciyi
36. <https://spitzruten.livejournal.com/12993.html>
37. https://studopedia.ru/15_115863_printsipi-politichnogo-manipulyuvannya.html
38. <https://ua.krymr.com/a/ukraina-tsentr-z-protydii-dezinformatsii-krym/31147304.html>
39. https://www.wikiwand.com/uk/%D0%9E%D0%BA%D1%81%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%B4%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D1%96%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D1%97_%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B8

