

УДК 32.019.5:316.64

DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2023.48.38>

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МАНІПУЛЯТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ЗАЦІКАВЛЕНИХ ГРУП У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ У КОНТЕКСТІ ТЕОРІЇ А. БЕНТЛІ

Катерина Ушкало

*Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди,
факультет соціальних і поведінкових наук,
кафедра політології, соціології і культурології
вул. Алчевських, 29, 61002, м. Харків, Україна*

У статті досліджено особливості взаємозв'язку маніпулятивних технологій та зацікавлених груп у сучасному інформаційному суспільстві у контексті застосування провідних положень біхевіоралістичної теорії А. Бентлі.

Досліджено поняття та види маніпулятивних технологій та зацікавлених груп. Зазначено зацікавлені групи, які використовують маніпулятивні техніки для досягнення своїх цілей, а саме для отримання політичної влади або захисту своїх інтересів. Доведено, що маніпулятивні технології дозволяють групам впливати на громадську думку, формувати ставлення громадян та впливати на їх поведінку.

У статті також доводиться, що теорія Артура Бентлі може бути дієвим інструментом для розуміння та аналізу взаємозв'язку між маніпулятивними технологіями та зацікавленими групами у політичному процесі.

На прикладі функціонування медійних корпорацій у контексті застосування ЗМІ як технологій показані евристичні можливості теоретичної конструкції А. Бентлі. Акцентовано увагу на процесі трансформації взаємодії ЗМІ та медіаструктур за сучасних умов розвитку суспільств (з урахуванням виникнення та швидкого розповсюдження нового засобу масової комунікації – соціальних мереж). Зазначено, що медіакорпорації мають значний вплив завдяки своїм ресурсам та засобам масової комунікації. У контексті цієї теми розглядаються маніпулятивні технології, що використовують ЗМІ для впливу на громадську думку. Згадуються такі методи, як дезінформація, «маніпулятивні заголовки», «висмикування із контексту», «загравання з народом», фейкові новини тощо.

Робиться акцент на взаємодії ЗМІ та соціальних мереж, яка може змінюватися відповідно до певних обставин (у контексті розвитку теорії А. Бентлі): соціальні мережі можуть використовуватись для підтримки або дискредитації конкретних ЗМІ залежно від політичних чи інших інтересів зацікавлених груп

Ключові слова: теорія Артура Бентлі, маніпулятивні технології, зацікавлені групи, біхевіоралістичні теорії, інформаційне суспільство, засоби масової інформації, соціальні мережі.

Вступ. Фундаментальна важливість дослідження специфіки взаємодії маніпулятивних технологій та зацікавлених груп обумовлена насамперед процесом глобалізації, під тиском якого відбувається формування та розширення спільного інформаційного простору. Цей простір, використовуючи надсучасні комунікативні технології інформаційної доби, трансформує активність зацікавлених груп. Про це свідчить, як посилений практичний запит зацікавлених груп на різного роду маніпулятивні технології, так й їх чисельні пропозиції, які надходять з боку інформаційного суспільства. Нагальна потреба виявлення специфіки взаємодії маніпулятивних технологій та зацікавлених груп посилюється й тим,

що маніпулятивні технології вже стали неодмінною складовою сфери інформаційних технологій та медіа, тому їх використання в інтересах різних зацікавлених груп може мати серйозні наслідки для суспільства.

У сучасному світі інформації, зацікавлені групи з різних сфер життя, від політики до бізнесу, використовують маніпулятивні технології для досягнення своїх цілей. Ці технології можуть включати в себе створення фейкових новин, маніпуляцію соціальними мережами, використання психологічних технік та інше.

Актуальність цієї теми полягає в тому, що маніпулятивні технології можуть здійснювати серйозний вплив на суспільство та наше сприйняття світу. Вони можуть викликати міжнародні конфлікти, підривати довіру до державних установ, зменшувати якість життя людей, а також відволікати увагу від проблем, що потребують негайного вирішення.

Отже, розуміння взаємозв'язку маніпулятивних технологій та зацікавлених груп є надзвичайно важливим для розвитку інформаційного суспільства та забезпечення його стійкості та безпеки.

Дослідження ґрунтується на аналізі наукових статей, періодичних видань та напрацювань сучасних та попередніх дослідників, серед яких А. Бентлі, І. С. Майборода, О. І. Малюк тощо.

Метою дослідження є аналіз взаємозв'язку між маніпулятивними технологіями та зацікавленими групами у сучасному інформаційному суспільстві у контексті застосування провідних положень біхевіоралістичної теорії А. Бентлі.

Виклад основного матеріалу. Термінологічний ракурс дослідження специфіки взаємодії маніпулятивних технологій та зацікавлених груп в сучасному соціальному інформаційному просторі фіксує необхідність вирішення їх прихованих смислів. Технології містять у собі сукупність методів, знань та способів, що впорядковано використовуються для ефективного вирішення проблем або досягнення певних цілей. Маніпулятивні технології – це методи і прийоми впливу на поведінку та сприйняття інформації людьми з метою досягнення своїх цілей. Маніпулятивні технології використовуються в різних сферах життя, таких як політика, бізнес, реклама, соціальні мережі тощо. Виділяють такі типи маніпулятивних технологій:

– Політична маніпуляція – використовується для впливу на політичну думку та рішення людей, за допомогою масової інформації, провокацій, фейкових новин, вигаданих статистичних даних і т.д.

– Бізнес-маніпуляція – використовується маркетологами для впливу на споживачів методом нав'язування продукту, зокрема коригуванням уваги споживача та створенням для нього інфопростору.

– Рекламна маніпуляція – використовується для збільшення продажів товарів та послуг шляхом привернення уваги до них через використання емоційно зарядженого матеріалу, який може не відповідати дійсності.

– Маніпуляція в соціальних мережах – використовуються для впливу на поведінку та переконання людей, зокрема через підтримку різних груп та спільнот з різними цілями, змінювання алгоритмів розміщення новин та повідомлень, та ін.

Вплив маніпулятивних технологій на суспільство та індивідуальне сприйняття інформації може бути досить серйозним. Ці технології можуть змінювати думки та переконання людей. Також, маніпулятивні технології можуть призвести до зміни сприйняття реальності, якщо вони надто сильно підсилюють одні аспекти ігноруючи інші. Наприклад, надмірна емоційність у рекламі може призвести до того, що люди перестануть відрізняти рекламу від реальних новин.

Маніпулятивні технології можуть бути небезпечними, якщо вони використовуються з метою поширення фейкових новин та інформації, яка може призвести до прийняття деструктивних рішень.

Усе це може нести загрозу для демократії та соціального порядку, тому важливо розуміти, які маніпулятивні технології використовуються та яким чином вони впливають на людей, щоб змінити сприйняття інформації та змінити свої рішення [1, с. 216].

Проблема маніпулятивних технологій пов'язана з біхевіоралістичними теоріями та теорією А. Бентлі через їх спільну зосередженість на вивченні поведінки людей та механізмів впливу на неї.

Біхевіоралістичні теорії досліджують взаємозв'язок між стимулами та реакціями, тобто тим, як зовнішній світ впливає на нашу поведінку. У зв'язку з цим, вони можуть бути застосовані для вивчення того, як маніпулятивні технології впливають на поведінку людей та як зацікавлені групи використовують ці технології для своїх цілей.

Біхевіоралістична теорія Артура Бентлі є однією з ранніх теорій соціальної науки, яка розглядає людську поведінку з погляду зовнішніх стимулів і реакцій на них. А. Бентлі розвинув ідеї поведінкової психології, а основою його теорії є концепція «стимул-реакція».

Згідно з біхевіоралістичною теорією А. Бентлі, людська поведінка визначається зовнішніми стимулами, які впливають на особу, і її реакцією на ці стимули. Він стверджував, що внутрішні мотиви, прагнення та емоції не мають великого значення для пояснення поведінки людини. Замість цього, він вважав, що на поведінку впливають зовнішні стимули, такі як нагороди, покарання, соціальні взаємодії та очікування інших людей.

Основна ідея біхевіоралістичної теорії А. Бентлі полягає в тому, що, спостерігаючи зовнішні стимули і реакції на них, можна передбачити і контролювати поведінку людини. Він вважав, що наукові методи можуть бути застосовані для дослідження поведінки і розробки ефективних стратегій впливу на людей.

Теорія зацікавлених груп А. Бентлі є досить значущим підходом у політичній науці, який характеризує вплив і роль групових інтересів у формуванні політичних процесів та рішень. Згідно з теорією А. Бентлі, політичні рішення не є результатом нейтрального аналізу об'єктивних фактів, а утворюються через конфлікти та конкуренцію між зацікавленими групами.

Зацікавлені групи використовують різні стратегії та методи для досягнення своїх цілей. Це може включати лобіювання, фінансову підтримку кандидатів, масову медійну кампанію, пропаганду, громадські акції, маніпулятивні технології та інші форми впливу на політичне рішення.

Важливим аспектом теорії А. Бентлі є те, що політичні рішення не є лише результатом ідеалістичних і моральних роздумів, але вони відображають боротьбу різних інтересів та конфліктів між групами в суспільстві.

Теорія А. Бентлі зосереджена на вивченні того, як люди приймають рішення та як вони роблять вибір між різними варіантами дій. Ця теорія може бути застосована для вивчення того, як маніпулятивні технології впливають на прийняття рішень людьми та як вони можуть бути використані для маніпулювання поведінкою та рішеннями людей.

Отже, біхевіоралістичні теорії та теорія А. Бентлі можуть бути застосовані для вивчення механізмів впливу маніпулятивних технологій на поведінку та рішення людей, а також для розуміння того, як зацікавлені групи використовують ці технології для своїх цілей [4].

Зацікавлені групи – це групи людей або організацій, які мають певний інтерес чи мету, і намагаються вплинути на суспільство та державу, щоб захистити свої інтереси або домогтися певних переваг. У сучасному інформаційному суспільстві можна виділити різні

типи зацікавлених груп, такі як політичні партії, медійні корпорації, профспілки, релігійні організації, громадські організації тощо.

Серед різних зацікавлених груп можна виділити:

– Політичні партії – це організації, які мають свою програму та мету здобуття влади. Вони виступають на виборах та збирають голоси для досягнення своїх цілей. Політичні партії можуть впливати на ЗМІ, щоб підтримувати свою політику та переконувати громадськість у своїй правомочності.

– Медійні корпорації – це комерційні організації, яких об'єднують телевізійні, видавничі та цифрові ресурси і які мають за мету здобуття прибутку та збільшення свого впливу на ринку. Вони можуть використовувати ЗМІ, щоб рекламувати свої продукти та послуги, створюючи при цьому певний імідж та змінюючи сприйняття громадськістю.

– Громадські організації – це добровільне об'єднання фізичних або юридичних осіб, метою яких є захист прав і свобод, а також переслідування спільних цілей. Ці організації можуть мати різні назви: товариство, спілка, гурток, рада, фонд, клуб, асоціація тощо. Громадські організації можуть впливати на ЗМІ, щоб знаходити інших зацікавлених осіб чи інвесторів, які шукають різноманітні проекти.

– Соціальні групи – це організації, які зосереджені на певній соціальній проблемі, наприклад, права тварин, екологія, права жінок тощо. Їхня мета – захистити інтереси та права цієї групи людей. Вони можуть використовувати ЗМІ, щоб привернути увагу до своєї проблеми та змінити громадську думку [2, с. 204–205].

Медійні корпорації є одним з найбільш впливових типів зацікавлених груп у сучасному інформаційному суспільстві. Особливостями їхнього функціонування є безпосередній доступ до ЗМІ, які включають телебачення, радіо, газети, журнали та інтернет-видання. ЗМІ активно впливають на свідомість людей, що робить їх важливими гравцями у формуванні суспільної думки та культурного середовища.

Основними мотиваціями комерційних корпорацій є отримання прибутку та цілеспрямований вплив на свідомість членів суспільства.

Отримання прибутку є головною мотивацією комерційних медіаструктур, які працюють на ринкових засадах. Ці структури отримують прибуток від реклами, продажу екземплярів газет, журналів і т.д. Тому, їм завжди потрібно залучати аудиторію, щоб збільшити прибуток.

Крім того, медіакорпорації можуть мати мотивацію впливати на громадську думку та формувати образи певних людей чи груп, ставлення до певних явищ чи подій.

Слід зазначити, що у кожному випадку для цих структур домінує мотиваційний момент – захистити свої корпоративні інтереси, особливо коли вони є тільки частиною більш великих медіахолдингів або належать до інших типів великих корпорацій. У таких випадках, вони більш активно звертаються до використання маніпулятивних технологій у контексті захисту інтересів своїх власників та сприяння їхнім бізнес-цілям.

Згідно з теорією А. Бентлі, інтереси груп формуються і трансформуються через взаємодію з іншими групами та зміну політичних та соціальних умов. Медійні структури, як зацікавлена група, зрозуміло, також має свої інтереси, які можуть бути сформовані та змінюватися з часом [4].

Ці групи можуть мати різні мотивації, включаючи заробіток грошей, збільшення аудиторії та вплив на політичні процеси. Іноді ці мотивації можуть бути суперечливими або навіть протилежними. Наприклад, медіаструктури можуть прагнути збільшити свою аудиторію, але при цьому вони можуть також зацікавлені у збереженні довіри своїх користувачів і, отже, уникненні поширення маніпулятивної інформації.

Теорія А. Бентлі показує, що інтереси зацікавлених груп змінюються з часом та відповідають на зміни соціального та політичного контексту. Медіакорпорація, як зацікавлена група, також може змінювати свої мотивації та інтереси під впливом змін в інформаційному середовищі та змін у суспільстві.

Завдяки активному використанню медійними групами ЗМІ, останні у суспільній думці набувають значення перших й перетворюються із об'єктивних технологій в діючого суб'єкта, який може грати різні ролі в суспільстві. Наприклад, вони можуть служити джерелом інформації про події, які відбуваються в країні та світі. ЗМІ також можуть виконувати роль посередника між владою та громадянами, допомагаючи у забезпеченні вільного доступу до інформації та забезпеченні формування громадської думки.

За цих обставин через ЗМІ можуть також використовувати маніпулятивні технології як засіб впливу на громадську думку. Можна виокремити наступні способи маніпуляцій, до яких вдаються ЗМІ:

– Загравання з народом (ставлення до людей як до дітей). Чим більше медіа хочуть маніпулювати суспільством, тим більше вони будуть говорити з народом, як з дітьми. Використовуються прикрашені аргументи, характери та інтонації, ніби люди є занадто слабкими або незрілими, щоб сприймати правду. Метою цього є покірня, слухняна реакція соціуму. Ідея полягає в тому, щоб люди не мислили критично, як дорослі [6].

– Маніпулятивні заголовки в медіапросторі. ЗМІ можуть використовувати заголовки, які не відповідають суті новин, щоб привернути увагу до своєї публікації [3, с. 137].

– Використання дезінформації. Дезінформація – це маніпулятивна технологія, яка полягає в поширенні неправдивої, провокаційно-тендеційної або спотвореної інформації, щоб завдати шкоди та ввести в оману конкурентів, політичних опонентів, організації, соціальні групи тощо.

– Висмикнування із контексту. Наприклад, висмикнута фраза з контексту або цитата, яка подається неповністю, відразу спотворює зміст новини і для маніпулятора вона набуває корисного значення.

У контексті застосування теорії А. Бентлі зацікавлені групи можуть підсилювати свої маніпулятивні дії завдяки зверненням до інших процедур та технологій. Для ЗМІ це є соціальні мережі, які поряд з першими, є основними джерелами інформації для більшості людей у сучасному інформаційному суспільстві. У той же час, ці засоби масової комунікації стали особливо вразливими щодо поширення маніпулятивної інформації.

У соціальних мережах, де кожен користувач може створювати власний контент, легко розповсюджується фейкова інформація, спрямована на маніпулювання громадською думкою.

Також соціальні мережі використовуються для мікротаргетингу – спеціальної реклами, яка спрямована на конкретні аудиторії з метою впливу на їхні думки та поведінку.

Один з головних способів, які використовуються для поширення маніпулятивної інформації через соціальні мережі, є масове розсилання спеціально створених повідомлень або відеоматеріалів, що можуть бути неправдивими, перекрученими або змішаними з правдивою інформацією. Це може бути зроблено з метою привернення уваги до певної проблеми, продажу товарів, просування певних політичних або соціальних поглядів тощо.

У цілому, соціальні мережі можуть бути потужним інструментом для поширення маніпулятивної інформації, але також можуть використовуватися для протидії їй. Важливо, щоб користувачі були обережні та критичні до інформації, яку вони бачать в соціальних мережах, і намагалися перевіряти її достовірність перед тим, як ділитися нею з іншими.

Взаємозв'язок між соціальними мережами та ЗМІ може підсилити поширення маніпулятивної інформації. Наприклад, фейкові новини, які спочатку з'являються в соціальних мережах, можуть потім бути підхоплені ЗМІ та поширені далі.

Разом з тим, соціальні мережі можуть використовуватись для підтримки або дискредитації конкретних ЗМІ залежно від політичних чи інших інтересів зацікавлених груп [5].

Висновки. Відповідно до провідних положень біхевіоралістичної теорії А. Бентлі, людська поведінка визначається взаємодією з оточуючим середовищем, де певні фактори можуть впливати на прийняття рішень та формування стереотипів існування як окремого індивіду, так й цілих груп.

Отже, у сучасному інформаційному суспільстві маніпулятивні технології у ЗМІ стали широко поширеними і можуть мати серйозний вплив на громадську думку та поведінку. Засоби масової інформації та соціальні мережі можуть бути використані як інструменти маніпуляції з метою досягнення певних політичних або комерційних цілей, насамперед для таких зацікавлених груп як медіакорпорації.

Також, у контексті розвитку теоретичних ідей А. Бентлі можна виокремити таку особливість у взаємозв'язку маніпулятивних технологій та зацікавлених груп (виходячи з практики функціонування сучасних медійних корпорацій) як постійне ускладнення та трансформація складових цього процесу. Зрозуміло, що останній потребує подальших комплексних досліджень.

Список використаної літератури

1. Майборода І. С. Вплив маніпулятивних технологій на формування громадської думки. *Проблеми політичної психології*. 2020. №22. С. 214–222.
2. Малюк О. І. Маніпулятивні технології у сучасному ЗМІ: тенденції та прояви. *Проблеми політичної психології*. 2019. №20. С. 201–212.
3. Kim S. When perceptions of fake news become news: How political attitudes and social media use relate to the consumption of news about suspected fake news stories. *Computers in Human Behavior*. 2019. №97. Pp. 131–139.
4. Autonomy and the social dilemma of online manipulative behavior: веб-сайт. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s43681-022-00157-5> [дата звернення: 06 Березень 2023].
5. The Rise of the Information Society: Harnessing the Potential of ICTs: веб-сайт. URL: <https://digitalfuturesociety.com/the-rise-of-the-information-society-harnessing-the-potential-of-icts/> [дата звернення: 06 Березень 2023].
6. Media Manipulation: 10 Strategies the Media Uses to Manipulate Us: веб-сайт. URL: <https://exploringyourmind.com/10-strategies-of-media-manipulation/> [дата звернення: 19 Березень 2023].

THE RELATIONSHIP BETWEEN MANIPULATIVE TECHNOLOGIES AND INTEREST GROUPS IN THE MODERN INFORMATIONAL SOCIETY IN THE CONTEXT OF A. BENTLEY'S THEORY

Kateryna Ushkalo

*H.S. Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University,
Faculty of Social and Behavioral Science,
Department of Political Science, Sociology and Cultural Studies
Alchevskykh str., 29, 61002, Kharkiv, Ukraine*

The article considers the peculiarities of the relationship between manipulative technologies and interest groups in the modern informational society in the context of applying the leading provision of A. Bentley's behavioral theory.

The concept and types of manipulative technologies and interest groups have been studied. Interest groups that use manipulative techniques to achieve their goals, namely to obtain political power or protect their interests, are indicated. It has been proven that manipulative technologies allow groups to influence public opinion, shape citizens' attitudes, and influence their behavior.

The article also argues that Arthur Bentley's theory can be an effective tool for understanding and analyzing the relationship between manipulative technologies and interest groups in the political process.

The heuristic possibilities of A. Bentley's theoretical construction are shown in the example of the functioning of media corporations in the context of the usage of mass media as technologies. Attention is focused on the transformation process of the interaction of mass media and media structures under the modern conditions of the development of societies (taking into account the emergence and rapid spread of a new means of mass communication – social networks). It has been noted that media corporations have a significant influence due to their resources and means of mass communication. In the context of the topic in question, manipulative technologies used by mass media to influence public opinion are considered. Such methods as disinformation, “manipulative headlines,” “taking out of context,” “playing with the people”, fake news, etc. are mentioned.

The interaction of mass media and social networks, which can change according to certain circumstances (in the context of the development of A. Bentley's theory), is emphasized; social networks can be used to support or discredit specific mass media depending on the political or other interests of interest groups.

Key words: Arthur Bentley's theory, manipulative technologies, interest groups, behaviorist theories, informational society, mass media, social networks.