

УДК 165.0 (32.019.52)

DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2023.49.25>

МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ФЕНОМЕН ЦИФРОВОЇ ДІЙСНОСТІ

Олег Шустенко

*Запорізький національний університет,
факультет соціології та управління,
кафедра соціальної філософії та управління
вул. Жуковського, 66, 69600, м. Запоріжжя, Україна
<https://orcid.org/0000-0001-6933-1295>*

Актуальність теми дослідження полягає в тому, що маніпулювання суспільною свідомістю на даний момент є однією з ключових і масштабних проблем сучасного суспільства. Гострота проблематики пропорційна глобальним наслідкам технологій маніпуляції в соціумі, та як наслідок трансформації загальноприйнятих етичних та моральних норм. Предмет дослідження – маніпулювання суспільною думкою у контексті цифрової дійсності. Мета дослідження – узагальнення та вдосконалення уявлень щодо сутності механізму маніпуляції суспільною думкою та пошук предметів захисту від маніпуляції. В ході дослідження застосовано такі методологічні наукові принципи як науковий системний аналіз та синтез, визначено наскільки поведінка системи обумовлена як особливостями її окремих елементів, так і властивостями її структури; дослідження механізму взаємозалежності, взаємодії системи і середовища.

В ході дослідження дійшли до висновку, що проникнення гуманітарної складової у всі сфери освіти та наукової діяльності та її зв'язок з інформаційною безпекою вимагає аналізу існуючих у науці, характерних стилів мислення, причин їх виникнення та трансформацій, бо стиль мислення – це почерк епохи. Характер цифрової епохи визначається механізмами маніпуляції. Сутність механізму маніпуляції суспільною думкою можна уявити, як єдність та взаємодія трьох основних елементів, які виступають як: процес трансферу у свідомість потрібних маніпулятору ідей, процес асиміляції даних ідей соціальною групою на свідомому та несвідомому рівнях, процес діяльності мас, яку очікує маніпулятор. Отже, стає очевидним пошук предметів захисту від маніпуляції, більшою мірою навіюванню піддаються люди з низьким рівнем освіти і мало обізнані у певній ситуації. На наш погляд, основний метод захисту від маніпуляції – думати самостійно. Думаючи аудиторія потребує доказів, зауважує на логічні помилки засобів масової інформації, відноситься до інформації критично.

Ключові слова: маніпуляція, суспільна думка, цифрова ера, логосфера, ейдосфера, пропаганда, медіатори.

Вступ. Проблеми соціально-гуманітарного знання та інформаційної безпеки набувають особливого інтересу в контексті зміни наукових парадигм, які обслуговували запити техногенної цивілізації. Набуваючи гуманітарного бачення, наука виходить за рамки технократичного сприйняття світу, вступаючи у взаємодію з іншими формами культури та досягненнями філософії. Суспільство переходить до нової моделі своєї організації. Поки можна говорити лише про контури нового сценарію розвитку цивілізації, що відповідають інтересам і людини, і суспільства, і необхідності збереження природи. Все різноманіття предметів людської діяльності: суспільних відносин, природних явищ, культурних феноменів може виступати як ціннісні об'єкти. Без урахування цінностей, ієрархії цінностей сьогодні неможлива діяльність у жодній галузі науки. Це визначає актуальність аналізу проблем соціально-гуманітарного знання та інформаційної безпеки, його змісту, методів, світоглядних та аксіологічних установок.

Маніпулювання суспільною думкою – один з ключових способів керування масами. Маніпуляція здійснюється таємно і ставить своїм основним завданням встановлення контролю за поведінкою людини, що позбавляє свободи вибору об'єкта маніпуляції змінюючи його уявлення, особисту думку та цілі у потрібному напрямку. За багатьма ознаками маніпуляція суспільною думкою нагадує війну невеликою, але добре організованою та озброєною армією чужинців проти величезного мирного населення, яке до цієї війни не готове. Панівна меншість всіляко заважає роботі з викриття «гіпнотизерів», намагається не допустити маси до знання доктрин та технологій маніпуляції їхньою свідомістю. Здебільшого це досягається щедрою винагородою «тих, хто з нами» та блокуванням «тих, хто не з нами».

Інформаційна війна – комплексний інструмент надання керованого соціально-психологічного впливу як на суспільство так і на окремо взятого громадянина країни супротивника з метою зміни психологічних характеристик у бажаному для впливу напрямку (поглядів, думок, світосприйняття, ціннісних орієнтирів, умонастроїв, стереотипів поведінки) [3, с. 40].

Визначення інформаційної війни дуже близьке до поняття «маніпуляція суспільною думкою», тобто програмування поведінки індивідів, що здійснюється за допомогою введення їх в оману або шляхом подання неправдивої або напівправдивої інформації, яка приймається індивідом як істина і робить його інструментом в руках маніпулятора.

Суспільна свідомість – сукупність ідей, теорій, поглядів, уявлень, почуттів, вірувань, емоцій людей, настроїв, в яких відображається природа, матеріальне життя суспільства та вся система суспільних відносин [7, с. 619]. Прийнято виділяти основні види суспільної свідомості: політична, правова, моральна, естетична, релігійна, природничо-наукова, економічна.

Суспільна думка – об'єднані оціночні судження (погляди, спонукання) соціальних груп [1, с. 298]. Усі види суспільної думки об'єднує те, що всі вони піддаються корекції з боку зацікавлених у цьому осіб. Дана форма впливу на суспільну думку називається «Маніпуляція». З точки зору соціології, маніпулювання визначають, як вид застосування влади, при якому той, хто володіє нею, впливає на поведінку інших, не розкриваючи характеру поведінки, якої він від них очікує.

З точки зору соціальної філософії, маніпулювання суспільною думкою можна визначити, як специфічне верховенство над духовним станом людей, подібне управління встановлюється шляхом нав'язування людям стереотипів поведінки, нових світоглядних настанов, власних ідей, мотивів, вигідних суб'єкту впливу. Виділяються три основні рівні маніпулювання. На першому рівні можливе посилення необхідних маніпулятору ідей, норм, установок, цінностей людей, які вже існували у свідомості. Другий рівень безпосередньо пов'язаний з приватними та невеликими змінами поглядів і переконань на події, процеси, факти, що відбуваються, що значно впливає на емоційне та практичне ставлення людей до конкретної події чи явища. Третій рівень є кардинальною зміною поглядів, життєвих установок шляхом повідомлення об'єкту маніпуляції [8, с. 117–119].

Соціальний механізм маніпуляції це єдність та взаємодія трьох основних елементів, що є сутністю даного механізму. Під першим елементом соціального механізму прийнято розуміти процес внесення маніпуляторами у свідомість хибних чи наполовину хибних ідей уявлень на свідомому і несвідомому рівнях. Дане впровадження, як правило, здійснюється через засоби масової інформації, різні лекції та бесіди із застосуванням спеціалізованих технологій, що враховують особливості діяльності свідомих та несвідомих рівнів, та специфікацію соціального середовища.

В інструменталізмі мас-медіа є своєрідним інструментом державного апарату або капіталу. Прихильники цієї моделі (наприклад, американський вчений Ноам Хомський) вважають, що правлячий клас здатен чинити вплив на спосіб подачі новин та маніпулювати громадською думкою [6, с. 42].

У продукції ЗМІ, як головного інструменту маніпуляції суспільною думкою, все менше краси, доброти, любові, гармонії, правди, відображення реальностей нашого життя, але більше – вульгарності, агресії, чужих запозичень та деструктиву.

До другого елемента відноситься процес *освоєння та осмислення ідей*, впроваджених у свідомість особистості маніпуляторами з метою видати хибні уявлення за істину, і уявити наполовину хибні ідеї сполучним елементом між хибними та істинними ідеями.

Під третім елементом розуміється процес діяльності особистості, що є результатом успішно проведеного маніпулятивного впливу на свідомість особистості. Важливою умовою успішної маніпуляції є *руйнація психологічного захисту людини, тих світоглядних настанов*, на яких тримається її здатність до критичного сприйняття інформації.

Людина живе у двох світах – у світі природи та у світі культури. Але цей дуальний характер нашого довкілля можна подивитися під іншим кутом зору. Людина живе у двох світах – у світі речей та у світі знаків. Речі, створені природою та самою людиною матеріальна основа нашого світу. Світ знаків має велику різноманітність, пов'язаний з речами, але складними і часто невловимими відносинами. Саме світ символів найбільше приваблює маніпуляторів. Перша мета маніпуляторів – мова слів. У тому штучному світі культури, що оточує людину, виділяється особливий світ слів – *логосфера*.

Навіювання за допомогою слова – глибинна властивість психіки, що виникла раніше, ніж здатність до аналітичного мислення. Сугесторна функція слова – навіювання не через свідомість, а через почуття відіграє головну роль у процесі впливу [4, с. 18].

Інша мета маніпуляторів – світ образів. Могутність слів знаходиться в тісному зв'язку з образами і зовсім не залежить від їхнього реального сенсу. Ще в минулому столітті Ле Бон (Gustave Le Bon) («Макиавеллі масового суспільства») у книзі «Психологія народів і мас» писав: «Натовп мислить образами, і викликаний у її уяві образ у свою чергу викликає інші, які не мають жодного логічного зв'язку з першим... Натовп, здатний мислити тільки образами та сприйнятливий тільки до образів. Тільки образи можуть захопити натовп або породити в ньому страх і стати двигуном його вчинків» [7]. Образи, як і слова, мають сугесторне значення і породжують ланцюгову реакцію уяви. Поряд з *логосферою* в культурі можна виділити особливий світ графічних та живописних форм, що сприймаються за допомогою як зору так і уяви – *ейдосферу* (від грецького слова ейдос – вид, образ).

Особливо яскраво прийоми маніпулювання виявляються у пропаганді. Термін «пропаганда» походить від латинського «propaganda» і означає «поширення» та має велику кількість визначень, як наприклад, система діяльності, що спрямована на поширення знань, цінностей та іншої інформації з метою формування певних поглядів, уявлень, емоційних станів, надання впливу на соціальну поведінку людей. Головна мета пропаганди – тиск на систему ідейних, громадських та політичних установок людей, яку можна змінити завдяки формуванню нових установок або через зміну вже існуючих [2].

Використання медіаторів. Медіатор (з англ. mediator – посередник) – це спеціально підготовлений фахівець (або група осіб, або організація), який здійснює посередницьку діяльність у вирішенні конфлікту, що однаково підтримує обидві сторони та допомагає їм знайти взаємоприйнятне рішення [5, с. 48].

Медіатори – високопосадовці, думки яких з певних питань мають велику цінність. Саме медіатори грають вирішальну роль у формуванні ставлення аудиторії до проблеми,

описаної у пропагандистському матеріалі. Це знайшло відображення в моделі двоступінчастої комунікації американського дослідника П. Лазарсфельда (Lazarsfeld Paul Felix) [10]. Запропонована ним теорія свідчить: від засобів масової комунікації інформація надходить «медіаторам», а від них до всієї аудиторії загалом. Поступаючи з засобів масової комунікації, інформація інтерпретується внаслідок міжособистісного спілкування. Для кожної категорії аудиторії виступає певний медіатор. Частіше всього медіаторами є політичні лідери, представники релігійних конфесій, діячі науки, культури та мистецтва.

Проблема достовірності відомостей електронних засобів масової інформації також є актуальною, оскільки вони формують громадську думку та можуть діяти на користь осіб, метою яких є розпалювання ворожнечі та поширення паніки серед різних соціальних груп. Яскравим прикладом дезінформації у ЗМІ є висвітлення протестних акцій з чітким вираженим ідеологічним контекстом, а також трагічних подій. Сучасний інформаційний простір, зокрема Інтернет, крім виконання функцій обміну думками та отримання інформації його користувачами стає об'єктом і засобом інформаційного управління. Серед користувачів мережі з'являються групи людей або окремі особи, які навмисно поширюють неправдиву інформацію. Тож, доцільно назвати основні способи визначення достовірності інформації, отриманої з мережі Інтернет: критичний, неупереджений та об'єктивний аналіз, верифікація отриманих відомостей шляхом зіставлення даних з різних джерел (мережеві ресурси, відомчі бази даних); використання програмних ресурсів для автоматичного оброблення даних завдяки можливостям нейромереж – технологій штучного інтелекту.

Висновки. Встановлення можливостей проникнення гуманітарної складової у всі сфери освіти та наукової діяльності та її зв'язок з інформаційною безпекою вимагає аналізу існуючих у науці, на певних її етапах, характерних стилів мислення, причин їх виникнення та трансформацій, бо стиль мислення – це почерк епохи. Характер цифрової епохи визначається механізмами маніпуляції. Сутність механізму маніпуляції суспільною думкою можна уявити, як єдність та взаємодія трьох основних елементів, які виступають як: процес трансферу у свідомість потрібних маніпулятору ідей, процес асиміляції даних ідей соціальною групою на свідомому та несвідомому рівнях, процес діяльності мас, яку очікує маніпулятор. Отже, стає очевидним пошук предметів захисту від маніпуляції, більшою мірою навіюванню піддаються люди з низьким рівнем освіти і мало обізнані у певній ситуації. На наш погляд, основний метод захисту від маніпуляції – думати самостійно. Думаючи аудиторія потребує доказів, зауважує на логічних помилках засобів масової інформації, відноситься до інформації критично.

Список використаної літератури

1. Візниця Ю.В. Громадська думка як засіб соціального контролю, *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*, 2012, вип. 53, с.298. URL: <http://soctech-journal.kpu.zp.ua/archive/2012/53/42.pdf> (accessed May 25, 2023).
2. Денисюк Ж.З. Пропаганда та контрпропаганда в контексті стратегій державної інформаційної політики, *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління, Том 32 (71) № 2 2021*, DOI <https://doi.org/10.32838/TNU-2663-6468/2021.2/08> (accessed May 25, 2023).
3. Жарков Я.М., Дзюба М.Т., Замаруєва І.В., ін. Інформаційна безпека особистості, суспільства, держави, Київ.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. 274 с. С. 40. URL: https://mil.knu.ua/files/7_50255454.pdf (accessed May 25, 2023).
4. Мартиненко І. О. Сучасні медіа-маніпуляції: механізми та інструменти протидії., Вінниця, 2021. 79 с. С. 18.

5. Практика медіації : словник-довідник / уклад. : С.О.Гарькавець, Л.П.Волченко. Лисичанськ : ТОВ «ФОКСПРИНТ», 2019. 128 с. С. 48, URL: https://deps.snu.edu.ua/media/filer_public/2f/09/2f09708c-60b2-4a23-8006-be39c55fb7d2/garkavets_volchenko_mediatsiia_slovnik-dovidnik.pdf (accessed May 25, 2023).
6. Соціологія громадської думки та мас-медіа, (уклад.: Єнін М.Н., Северинчик О.П.) Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021, URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/45603/2/Sotsiologiia_2021.pdf (accessed May 25, 2023).
7. Суспільне буття і суспільна свідомість // Філософський енциклопедичний словник / В. І. Шинкарук (гол. ред.) та ін. Київ : Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України : Абрис, 2002. С. 619. 742 с.
8. Таран В. О., Зотов В. М., Резанова Н. О. Соціальна філософія, Київ: Центр учбової літератури, 2009. 272 с., С. 117–119, URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Taran_Volodymyr/Sotsialna_filosofia.pdf?PHPSESSID=2st2ghpm7hpfbtlo2bgvkquv76 (accessed May 25, 2023).
9. Gustave Le Bon, *Psychologie des foules* (1895). Édition publiée par Félix Alcan, 1905, URL: https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/lebon2.pdf (accessed May 25, 2023).
10. Katz E., Lazarsfeld P. *Personal Influence: the Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. – N.Y., 1965.

MANIPULATIVE TECHNOLOGIES AS A DIGITAL REALITY PHENOMENON

Oleh Shustenko

*Zaporizhzhia National University,
Faculty of Sociology and Management,
Department of Social Philosophy and Management
Zhukovsky str., 66, 69600, Zaporizhzhia, Ukraine
<https://orcid.org/0000-0001-6933-1295>*

The relevance of the research topic lies in the fact that the manipulation of public consciousness is currently one of the key and large-scale problems of modern society. The severity of the problem is proportional to the global consequences of manipulation technologies in society, and as a consequence of the transformation of generally accepted ethical and moral norms. The subject of the study is the manipulation of public opinion in the context of digital reality. The purpose of the research is to generalize and improve ideas about the essence of the mechanism of manipulation of public opinion and search for objects of protection against manipulation. In the course of the study, such methodological scientific principles as scientific system analysis and synthesis were applied, it was determined to what extent the behavior of the system is determined by both the features of its individual elements and the properties of its structure; study of the mechanism of interdependence, interaction of the system and the environment.

In the course of the study, it was concluded that the penetration of the humanitarian component into all spheres of education and scientific activity and its connection with information security requires an analysis of the characteristic styles of thinking existing in science, the reasons for their emergence and transformations, because the style of thinking is the signature of an era. The nature of the digital age is determined by the mechanisms of manipulation. The essence of the mechanism of manipulation of public opinion can be imagined as the unity and interaction of three main elements, which act as: the process of transfer into the consciousness of the ideas needed by the manipulator, the process of assimilation of these ideas by the social group at the conscious and unconscious levels, the process of the activities of the masses, which the manipulator expects. Therefore, the search for objects of protection against manipulation becomes obvious, people with a low level of education and little knowledge of a certain situation are susceptible to suggestion to a greater extent. In our opinion, the main method of protection against manipulation is to think independently. A thinking audience needs evidence, notices the logical errors of mass media, and is critical of information.

Key words: manipulation, public opinion, digital era, logosphere, eidosphere, propaganda, mediators.