
ХАМЕТОВА Л.,
старший викладач,
кафедра психології,
ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький
ДПУ імені Григорія Сковороди»,
м. Переяслав-Хмельницький,
Україна

ЗАСОБИ МАНІПУЛЯЦІЇ МАСОВОЮ СВІДОМІСТЮ

У статті досліджується методологія маніпуляції масовою свідомістю. Маніпуляція як один із видів психологічного впливу, який використовується у процесі спілкування з метою маскуванню, керування та втручання одних індивідів у духовну сферу та поведінку інших. Це поширене суспільне явище. Висвітлено способи маніпуляції свідомістю через засоби масової інформації. Для успішної маніпуляції необхідне володіння певною сумою знань про психічні особливості жертви, та методологію впровадження потрібної інформації у свідомість. А також технічні можливості у межах конкретної ситуації. У статті розглянуті лише окремі засоби психологічного впливу на масову свідомість.

Ключові слова: маніпуляція, психологічний вплив, спілкування, масова свідомість, суспільство, інформація, ЗМІ, засоби маніпуляції.

Статья посвящена исследованию методологии манипуляции массовым сознанием. Манипуляция - это один из видов психологического воздействия, используемый в процессе общения с целью маскировки, управления и вмешательства одних индивидов в духовную сферу и поведение других. Это распространенное общественное явление. Освещены способы манипуляции сознанием через СМИ. Для успешной манипуляции необходимы определенные знания о психических особенностях индивида, и владение методологией внедрения нужной информации, а также технические возможности в рамках конкретной ситуации. В статье рассмотрены отдельные средства психологического воздействия на массовое сознание.

Ключевые слова: манипуляция, психологическое воздействие, общение, массовое сознание, общество, информация, СМИ, средства манипуляции.

The article investigates the methodology of manipulating mass consciousness. Manipulation is a type of psychological influence used in the process of communicating, the purpose of masking, control and intervention of some individuals in the spiritual sphere and behavior of others. This is a common social phenomenon. Ways of mass manipulation through the media are considered. Some knowledge about mental characteristics sacrifice, possession implementation methodology necessary information and technical capabilities within the situation is required for successful manipulation. The article is considered only certain means of psychological impact on the public consciousness which makes the prospect for further scientific studies in the context of this subject.

Key words: manipulation, psychological influence, communication, mass consciousness, society, information, media, means of manipulation.

Постановка проблеми. Маніпуляція є одним із найпоширеніших засобів психологічного впливу на індивідуальну й масову свідомість у процесі комунікації. Маніпулятивне спілкування існує у будь-якій сфері спільної життєдіяльності людей і є досить поширеним явищем у процесі історичного розвитку. Людина творчо підходить до свого життя. Вона є водночас як природною складовою, так і соціальною зі своїми моральними, релігійними, економічними, політичними нормами, які зафіксовані культурними кодами конкретної соціальної спільноти. Індивід пізнає світ і, водночас, творить буття – соціальне та духовне. Будь-який пізнавальний процес супроводжується трьома світоглядними компонентами: спочатку людина пізнає навколишній світ, потім оцінює ситуацію, що склалася, та власний внутрішній потенціал, і,

нарешті, переходить до дії, тобто вибудовує лінію поведінки, творить смисложиттєві орієнтири та цінності. Останні набувають стереотипного характеру. Стереотипи пропонують схематичний образ і уявлення й володіють високим коефіцієнтом стійкості, полегшують і спрощують сприйняття дійсності, пропонують людині готові рекомендації для вирішення складних соціальних проблем, окреслюють рівень соціальної активності, від пасивно-споживацького до активно-творчого, та обумовлюють спосіб існування й забезпечення засобів для існування.

У процесі життєдіяльності людина ставить цілі, керуючись ціннісними орієнтирами, з метою задоволення своїх потреб, і намагається їх досягти, не рідко використовуючи маніпулятивний стиль спілкування. Маніпуляція спрямована, насамперед, на задоволення особистих потреб як окремого індивіда, так і соціальної групи (мані-

пулятора). У сім'ї діти маніпулюють батьками, батьки – дітьми, чоловік – дружиною, дружина – чоловіком, у професійній діяльності засоби психологічного впливу застосовуються як керівником, так і підлеглими, і кожен керується власними мотивами. У політичній діяльності спостерігаються такі мотиви, як бажання піднятися на щабель вище у ієрархії політичної структури, зайняти високу керівну посаду, що сприяє задоволенню матеріальних потреб з одного боку, з іншого – емоційно-вольової сфери душі, зосередивши владу в своїх руках, причому, зазвичай, вони завуальовані маскою блага для всього суспільства. «Якщо маніпулятору вдасться підштовхнути велику масу людей побачити яке-небудь соціальне явище крізь потрібний стереотип, незгодним стає дуже важко повернути людей до здорового глузду, переконати їх зупинитися, замислитися, не приймати поспішних рішень» [Кара-Мурза, 2003: с.83].

Незалежно від характеру та зони впливу, маніпуляція завжди має на меті маскування втручання у духовну сферу та керування поведінкою одних індивідів іншими.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Однією з перших книг, присвячених маніпуляції свідомістю, була книга соціолога Г. Франке «Манипулируемый человек» [Франке, 1964]. Різні аспекти феномена маніпуляції, серед яких механізми, технології, критерії та чинники маніпулятивної поведінки, розглядали зарубіжні та вітчизняні вчені такі як: Е.Берн, С.Братченко, Г.Грачев, Є.Доценко, А.Елліс, С.Кара-Мурза, Г.Ковальов, О.Коннор, Д.Мартін, В.Панкратов, Дж.Рудінов, Е.Фромм, Г.Шиллер, Е.Шостром, та інші. Однак, незважаючи на широкий спектр та значний інтерес до досліджуваної

проблеми у різних галузях: психології, соціології, філософії, політології – проблема маніпуляції залишається актуальною, особливо нині, коли сучасне українське суспільство перебуває на перехідній стадії розвитку, вибудовує нову власну ідеологічну концепту, з новими орієнтирами і ціннісними орієнтаціями.

Формулювання цілей статті.

Стаття присвячена дослідженню проблеми маніпуляції та висвітленню технології маніпуляції масовою свідомістю. Знання про засоби та техніки маніпулятивного впливу на свідомість дозволять протистояти, хоча б частково, прихованим зовнішнім діям, та мінімізувати прояви вторгнення у власну психіку та керування нею.

Виклад основного матеріалу.

Нині українське суспільство переживає не прості часи: порушилася територіальна цілісність, відбулися зміни вектору розвитку як у внутрішній так і зовнішній політичній площині, що тягне за собою зміни у всіх сферах суспільного життя. Відповідно ми є свідками швидкоплинних змін у соціопросторі, хоча більшість з них є лише «псевдозмінами». Людина маси опинилася у інформаційному коловороті, що характеризується суперечливістю, некритичністю, масовістю, фрагментарністю, швидкоплинністю, часом алогічністю. Ці фактори є сприятливими для поширення у суспільстві маніпулятивного типу спілкування. Чим складніше усвідомлюється сутність соціальних явищ, тим ширший простір для прихованого психологічного впливу на масову свідомість з боку окремих індивідів, з метою спотворення реальності, перетворення її на «псевдореальність», та керування. Штучно сконструювавши вигідну для себе реальність, шляхом впровадження у масову свідомість певних стерео-

типів мислення, маніпулятор навмисне змінює ставлення мас до реальної дійсності та скеровує їх поведінку.

Будь-які радикальні зміни у суспільстві ніколи не сприймалися однозначно всіма його членами і, відповідно, зумовлюють спротив, подолати який можливо лише або зламавши його, або замаскувавши вплив. Приховане керування людиною проти її волі, що надає ініціаторові однобічні переваги, називають маніпуляцією.

І хоча проблемі маніпуляції свідомості мас присвячено цілу низку наукових праць, що розглядають її крізь призму психологічної, філософської, соціологічної та політологічної рефлексії, однак вона залишається актуальною. Чим більше ця проблема буде висвітлюватися, тим менший буде спектр її дії та розповсюдження. Знати – означає: бути озброєним. Тому знання засобів, механізмів та технологій маніпуляції, хоча б деякою мірою, дозволить, принаймні частково, знизити рівень прихованого впливу на свідомість і, відповідно, на формування власних смисложиттєвих і ціннісних орієнтирів розвитку.

Успіх маніпуляції міжособистісної та колективної комунікації на різних рівнях соціального буття значною мірою залежить від аргументів, які наводяться на підтримку висунутих тез і тверджень. Аргументи є основою, з якої за логікою витікає тезис. Істинність тез можлива за умов істинності аргументів і вона повинна бути визначена незалежно від тез, а разом вони повинні бути такими, щоб із них за потреби витікав тезис. Натомість, зазвичай, у процесі спілкування з масами відбувається підміна аргументації істинності на психічну складову індивіда, тобто на його емоції, бажання, настрої, апелюючи переважно до почуттів, а не розуму.

Тому успіх окремих індивідів серед певної аудиторії, залежно від сфери діяльності чи пливу, (політик – народ, громадський діяч – громада, чоловік – дружина, батьки – діти, керівник – підлеглі тощо) значною мірою залежить від ступеня володіння ними законів, механізмів і методології маніпулятивного впливу. Маніпуляція – це, в першу чергу, прихований спосіб управління, засіб досягнення цілей.

У праці «Маніпуляція свідомістю» С.Кара-Мурза задається питанням: «Яку мету переслідує той, хто хоче маніпулювати нашою свідомістю, коли посилає нам повідомлення у вигляді текстів чи вчинків?», і тут же відповідає: «Його мета – дати нам такі знаки, щоб ми, вставивши їх у контекст, змінили образ цього контексту в нашому сприйнятті. Він підказує нам такі зв'язки свого тексту чи вчинку з реальністю, називає таке їх тлумачення, щоб наше уявлення про дійсність стало викривленим у бажаному для маніпулятора напрямку. Унаслідок цього відбудеться вплив на нашу поведінку, при чому ми будемо впевнені, що чинимо повністю відповідно власних бажань. Сказати слово чи здійснити вчинок, які б стали зрозумілими, що ми б раптом побачили дійсність у викривленому, всупереч, нашим інтересам, вигляді, – велике мистецтво. Таке слово і такий вчинок не можуть бути ясними, світлими і зрозумілими, вони обов'язково спрямовані до чогось прихованого від розуму»[Кара-Мурза, 2003: с.48].

Г.Франке під маніпуляцією розуміє психологічний вплив, який здійснюється таємно і не лише спонукає людину чинити те, чого хочуть інші, а й змушує її прагнути це робити [Франке, 1964]. Г.Шиллер у праці «Маніпулятори свідомістю» зазначав, що «для досягнення найбіль-

шого успіху, маніпуляція повинна залишатися непомітною. Успіх маніпуляції гарантований, коли людина, якою маніпулюють вірить: все, що відбувається, природне й неминуче. Для маніпуляції потрібна фальшива дійсність, в якій її присутність буде непоміченою» [Шиллер, 1980: с. 27].

Г.Шиллер виділяє два методи маніпуляції, які формують свідомість: дроблення та локалізація інформації та негайність подачі інформації. Дроблення та локалізацію він називає домінуючим методом розповсюдження інформації. «При передачі новин по радіо і телебаченню численні не пов'язані один з одним повідомлення вистрілюються в ефір подібно автоматної черги. Газети – це товсті (десятки сторінок) добірки матеріалу, розташованого майже навмання або відповідно до таємних законів журналістики. Журнали навмисно розбивають статті, поміщаючи основну частину тексту в кінці номеру, щоб змусити читача переглянути кілька сторінок реклами» [Шиллер, 1980: с. 42]. Г.Шиллер звертає увагу на фрагментацію подачі інформації, яка посилюється у зв'язку з вимогою споживчої економіки, та наголошує, що «повна байдужість, з яким реклама відноситься до будь-яких політичних чи соціальних подій, вриваючись у передачі незалежно від того, про що йде мова, зводить будь-які соціальні явища до рівня нічого незначущих подій. Таким чином, реклама на додаток до її загальновизнаних функцій з продажу товарів, культивування нових споживацьких запитів і вихваляння системи надає корпоративній економіці ще одну неоціненну послугу. Її втручання в усі інформаційні та розважальні програми знижує і без того низьку здатність аудиторії оцінювати тотальний характер, освітлювати події або проблеми»

[Шиллер, 1980: с. 43].

Засоби масової інформації вихваляються відвертістю системи інформації, яка дозволяє випускати в ефір будь-який критичний матеріал, а масова аудиторія потрапляє на цей аргумент і вірить, що їй надається доступ до вільного потоку думок. Учений застерігає: «коли тотальний характер соціальної проблеми навмисно обходиться стороною, а уривчасті відомості про неї пропонуються в якості достовірної «інформації», то результати такого підходу завжди однакові: нерозуміння, в кращому випадку необізнаність, апатія і, як правило, байдужість» [Шиллер, 1980: с. 44]. Г.Шиллер зазначає, що метод фрагментації не тільки широко використовується через рекламу, а й культурно-освітня система користується цим методом, коли при поділі курсів для вивчення виключаються міждисциплінарний взаємозв'язок. «Економіка – для економістів, політика – для учених, що займаються політичними науками. І хоча в дійсності ці дві сфери невіддільні одна від одної, в науковому відношенні їх взаємозв'язок заперечується або ігнорується» [Шиллер, 1980: с. 44].

Другий метод – негайність подачі інформації – тісно пов'язаний з попереднім і є обов'язковим елементом для здійснення попереднього. «Процес поширення інформації, супроводжується сучасною електронною технікою, рухом мотивами конкуренції, постійно здійснюється у важкій, напруженій атмосфері. У випадках виникнення дійсних чи уявних криз нагнітається несприятлива і абсолютно необґрунтована атмосфера істерії та напруженості. Помилкове відчуття терміновості, що виникає в силу упору на негайність, створює відчуття надзвичайної важливості предмету інформації, яке так само швидко роз-

сіюється. Відповідно слабшає здатність розмежовувати інформацію за ступенем важливості» [Шиллер, 1980: с. 46].

Ці два методи маніпуляції: дроблення чи локалізація інформації та негайність подачі інформації, за умови успішного застосування, формують пасивність та інертність свідомості.

Очевидно, що найактивніше процес маніпуляції, як спосіб психологічного впливу на масову свідомість через програмування їхньої поведінки, відбувається за допомогою засобів масової інформації. Американський учений Н.Хомський сформулював десять способів маніпуляції масовою свідомістю через ЗМІ: відволікання уваги людей від важливих соціальних проблем та рішень, які приймаються на вищому управлінському суспільному рівні; створення проблеми і тут же висунення пропозиції що до шляхів її вирішення; спосіб поступового застосування; відстрочка виконання; звернення до народу як до малих дітей; наголос на емоції більший, ніж на роздуми; культивування посередності, тримаючи людей в невігластві; спонукання громадян захоплюватися посередністю; володіння інформацією про людей більшою мірою, ніж вони самі про себе знають; підсилення відчуття власної провини [Хомський, *електронний ресурс*]. Розглянемо ці способи маніпуляції у контексті сучасного комунікативного соціопростору.

«Відволікання уваги людей від важливих соціальних проблем та рішень, які приймаються на вищому управлінському суспільному рівні». Подібну думку ми зустрічаємо і в Г.Шиллера. Дійсно ефір насичений мало важливими для суспільного загалу, але частими повідомленнями, або шоу-програмами, які просто заплутують свідомість і відволікають від усвідомлення суттєвих сучасних соціальних змін та нових

відкриттів у науці.

«Створення проблем і тут же пропонування шляхів їх вирішення. Цей метод ще називається «проблема – реакція – рішення». Створюється проблема, якась «ситуація», з метою виклику певної реакції серед населення для того, щоб воно само зажадало вжиття заходів, які необхідні правлячій еліті. Наприклад, допустити розкручування спіралі насильства у містах або організувати криваві теракти для того, щоб громадяни зажадали прийняття законів про посилення заходів безпеки та проведення політики, що обмежує громадянські свободи».

- «Спосіб поступового застосування». Передбачає поступове і тривале впровадження непопулярної ідеї у масову свідомість. В такий нав'язливий спосіб популяризуються несуттєві соціальні явища, події, факти з одного боку та мінімалізується активність соціальних протестних рухів.

- «Відстрочка виконання. Набагато простіше погодитися на будь-які жертви в майбутньому, ніж у сьогодні». Цьому є пояснення: людина не схильна сприймати так гостро майбутні проблеми ніж теперішні, оскільки живе надією на краще.

- «Звернення до народу, як до малих дітей. У більшості пропагандистських виступів, розрахованих на широку публіку, використовуються такі доводи, персонажі, слова і інтонація, начебто мова йде про дітей шкільного віку».

- «Наголос на емоції ставиться більше, ніж на роздуми». Вплив на емоції представляє з себе класичний прийом, спрямований на те, щоб заблокувати здатність людей до раціонального аналізу, а в підсумку, і взагалі, до здатності критичного осмислення того, що відбувається. З іншого боку, використання емоційного фактора дозволяє відкрити двері в підсвідоме для того,

щоб впроваджувати туди думки, бажання, страхи, побоювання, примус або стійкі моделі поведінки».

- «Культивування посередності, тримаючи людей в невігластві». «Якість освіти, що надається нижчим класам, повинна бути якомога нижчою і посередньою, з метою поширення невігластва, яке б відділяло ще більше нижчі класи від вищих».

- «Спонування громадян захоплюватися посередністю». Ідеї масової культури з елементами невихованості, вульгарності, примітивності тощо пропагуються через ЗМІ, поширюється неякісна інформація і популяризуються програми, які не тяжіють до змістовного осмислення, пошуку причинно-наслідкових зв'язків фактів, подій та явищ.

- «Володіння інформацією про людей більшою мірою, ніж вони самі про себе знають». Людині пропонуються через ЗМІ готові рецепти життя: що читати, які фільми варто дивитися всім, чим харчуватися, як лікуватися, яку пігулку вжити при різних відчуттях болю тощо.

- «Підсилення відчуття власної провини». За допомогою ЗМІ маніпулятор змушує людину повірити в те, що проблемами політичного, економічного, соціального, культурного характеру є наслідком її дій, а, відтак, людина починає вірити в це і відчувати почуття провини за попередньо здійснене, і, як наслідок, відмова від боротьби за свої права, та бездіяльність.

Теоретичні знання про сутність людини постійно поповнюються у науці, а володіння ними дозволяє скеровувати масову свідомість до певних емоцій і переконань, що в свою чергу стануть рушійною силою діяльності людей. Викликані з певною метою емоції страху, гніву, відкривають все нові і нові можливості для маніпулятивного

спілкування в межах соціопростору. Маніпулятор у такому випадку володіє ширшим спектром інформації про об'єкта маніпуляції, він вивчає психологічні особливості мас, систему її думок, надій і переконань. Потреб, інтересів і цінностей, що дає йому змогу приховано управляти її мотивами та поведінкою.

Однак слід пам'ятати, що будь-який психологічний вплив, чи то навіювання чи маніпуляція – це завжди взаємодія двох сторін: маніпулятора і об'єкта маніпуляції. Маніпуляції піддаються всі. Але ступінь зовнішніх психологічних атак та впливів на свідомість, які б керували людськими діями і почуттями у процесі освоєння дійсності, можна знизити шляхом саморозвитку, самоактуалізації у разі фільтрації постійного і непереривного шквалу інформації, критичного й аргументованого мислення. З цього приводу С.Кара-Мурза писав: «Будь-яка маніпуляція свідомістю є взаємодія. Жертвою маніпуляції людина стає лише у тому випадку, якщо вона виступає її співавтором, співучасником. Тільки якщо людина під впливом отриманих сигналів перебудовує свої погляди, думки, настрої, цілі – і починає діяти за новою програмою – маніпуляція відбулася. А якщо вона засумнівалася, уперлася, захистила свою духовну програму, то жертвою не стає. Маніпуляція – це не насильство, а спокуса. Кожній людині дана свобода духу і свобода волі. Тобто, вона навантажена відповідальністю – встояти, не піддатися спокусі. Істотною ознакою здійснення великої програми маніпуляції свідомістю є те, що люди раптом перестають слухати розумні доводи – вони наче хочуть бути обдуреними»[Кара-Мурза, 2003: с.14].

Підсумовуючи вищесказане, можна стверджувати, що маніпуляція – це

прихований психологічний вплив на свідомість людини, який спонукає її до здійснення акту, запрограмованого певним суб'єктом маніпуляції (маніпулятором). Для успішної маніпуляції необхідні певні знання про психічні особливості жертви та володіння методологією впровадження потрібної

інформації у межах конкретної ситуації й технічні можливості. У статті розглянуті лише окремі засоби психологічного впливу на масову свідомість, що дає перспективу для подальших наукових розвідок в контексті даної проблематики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Кара-Мурза С. *Манипуляция сознанием: [учеб. пособие]* / Кара-Мурза С. – К.: Ориан, 2003. – 500с.
2. Франке Г. *Манипулируемый человек* / Франке Г. – Мюнхен, 1964. – 340с.
3. Хомський Н. Десять способів маніпулювання людьми [електронний ресурс] – Режим доступу: <http://psyfactor.org/lib/manipulation3.htm> (дата звернення 2.03.2016р).
4. Шиллер Г. *Манипуляторы сознанием* / Шиллер Г. – М.: Мысль, 1980. – 324с.

ТРАНСЛІТЕРАЦІЯ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Kara-Murza S. *Manipulyatsiya soznanyem: [ucheb. posobyie]* / Kara-Murza S. – К.: Oriiany, 2003. – 500s.
2. Franke H. *Manipulyruemyi chelovek* / Franke H. – Miunkhen, 1964. – 340s.
3. Khomskyi N. *Desiat sposobiv manipuliuvannia liudmy* [elekttronnyi resurs] – Rezhym dostupu: <http://psyfactor.org/lib/manipulation3.htm> (data zvernennia 2.03.2016r).
4. Shyller H. *Manipuliatory soznanyem* / Shyller H. – М.: Mysl, 1980. – 324s.