

Трофимчук А.
*студент магістратури юридичного факультету
Тернопільського національного економічного університету
Науковий керівник: д.і.н., професор
кафедри міжнародного права,
міжнародних відносин та дипломатії Дацків І.Б.*

МАНІПУЛЯТИВНІ МЕХАНІЗМИ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПОТОЦІ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Сучасна архітектура міжнародних відносин не дозволяє знайти шляхи швидкого врегулювання існуючих в світі конфліктів, які знаходять нові гібридні форми і відрізняються своєю витонченістю. Традиційний фронт бойових дій, де першу скрипку грають солдати, керуючи новим озброєнням, доповнюється не менш важливим в сучасних реаліях інформаційним фронтом, де тягар звичайної піхоти беруть на себе журналісти і лідери громадської думки, що генерують політичний дискурс.

В умовах інформаційної війни ЗМІ стали зброєю масового ураження, яке може повністю змінити світогляд цілого суспільства і змусити мислити його в потрібному для маніпуляторів руслі.

Маніпулятивні механізми вражають своєю кількістю, і розпізнати їх є неймовірно трудомістко. Однак можна виділити найбільш актуальні і часто застосовувані прийоми [1].

Найбільш поширені маніпулятивні засоби контролю інформації активно використовуються найбільшими світовими ЗМІ і неймовірно спотворюють висвітлення новин:

1. Навішування ярликів. Маніпулятор застосовує певні слова при поясненні суперечливих подій, викликаючи в аудиторії необхідні смислові реакції. Особливість технології полягає в постійному повторенні уживаного ярлика, який проникає в підсвідомість слухача і автоматично виникає при згадці про характерну подію або персонаж.

Приклад: в російському інформаційному середовищі, з метою формування образу української влади як "військової диктатури, яка сповідує радикальні націоналістичні погляди", під час розповіді про політичний режим постійно використовуються терміни "хунта" і "фашизм" [2].

2. "Сила початкового вислову". Даний метод заснований на психологічній особливості людського сприйняття. Будучи здивованими або враженими силою і змістом початкового висловлювання, весь наступний текст і інформацію, навіть в разі її суперечливості, ми будемо сприймати в контексті змісту початкової фрази, що нас вразила. Використовуючи різкі, провокаційні заяви, можна змусити аудиторію повірити в подію, навіть в разі відсутності раціонального доведення і аргументів. Більше того, заголовок може навіть не відповідати змісту подальшого тексту.

Приклад: 23 грудня 2015 року на сайті російського інформаційного ресурсу "Вести" з'явилася новина: "Сенсація від Порошенка: Україну створили євреї". На перший погляд створені передумови для суспільного конфлікту в Україні, створеного суперечливим висловлюванням Президента країни, але якщо прочитати новину до кінця, на що, напевно, не розраховували автори, вся сенсаційність заголовка "йде" в тінь.

3. "Використання евфемізмів" (слів нейтрального значення). Ця технологія використовується в пропаганді для підміни дійсних понять нейтральними за своїм значенням термінами, які здатні надати будь-якої події більш "м'який", іноді не зовсім зрозумілий сенс.

Приклад: анексія Криму в офіційному дискурсі РФ визначається "приєднанням". Такий вираз сприяє інтонації незаконної присутності російських військ під час березневих подій 2014 року, позиціонуючи всі наступні процеси, як цілком виправдані і легітимні [3].

4. Кругові констатації. Кожна новина містить такі структурні компоненти [2]:

1. Дію або подію.
2. Суб'єкт, який здійснив її/його.
3. Обставини, за яких вона сталася.
4. Мета, яку переслідував суб'єкт.
5. Методи, які він використовував для її здійснення.
6. Результати, наслідки.
7. Мотив.

Особливість даного методу полягає в акцентуванні уваги при оповіді на потрібному і замовчуванні про шкідливий для маніпулятора компонент. Керуючи шістьма компонентами, можна легко подати одну і ту ж новину з різних ракурсів.

5. Широке використання різних метафоричних конструкцій та інформаційних міфів. Першою ознакою спроб маніпуляції свідомістю громадськості є використання множинної кількості "емоційних метафор" і "моделювання" спочатку брехливих повідомлень, що мають "вражаючі людську уяву" факти, які не мають жодного змісту.

Приклад. У разі бажання маніпулятора викликати у слухача надмірні емоції, які сприяють сприйняттю неправдивої інформації, російські ЗМІ активно використовують численні метафори зі значним емоційним підтекстом: "жахливий", "кровопролитний", "безжалісний", "звірячий", "кричущий". "Прикраса" тексту численними метафоричними конструкціями – перша ознака брехливості інформації представленої в повідомленні [4, с. 89].

Отже, влада може генерувати реальність, представляючи інформацію у вигідному для неї світлі. Повний контроль над ЗМІ дає можливість формувати громадську думку в своїх інтересах. Таким чином, засоби масової інформації можуть змінювати соціальну реальність і трансформувати її. Замість виявлення реальності, ЗМІ в більшості випадків приховують її.

Список використаних джерел

1. Кремлівська пропаганда, або Як брешуть про Україну. URL: <http://glavcom.ua/articles/12815.html>.
2. Основні особливості ознак проведення інформаційно-психологічної операції Російської Федерації в Автономній Республіці Крим / Г.В. Певцов, С.В. Залкін, С.О. Сідченко, К.І. Хударковський, А.О. Феклістов, А.В. Антонов. *Наука і техніка Повітряних Сил*. 2014. №1 (14). С. 37–39.
3. Петрик В.І. Сутність інформаційної безпеки держави, суспільства і особи. 2015. URL: <http://justinian.com.ua/article.php?id=3222>
4. Петрик В.М., Остроухов В.В. Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій: навч. посіб. К.: Росава, 2015. 208 с.