

ВИКОРИСТАННЯ МАНІПУЛЯЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ КОМУНІКАЦІЇ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Є.О. Архипова

викладач кафедри філософії

Національного технічного університету України

«Київський політехнічний інститут»

Стаття присвячена питанню використання маніпуляційної комунікаційної стратегії в умовах сучасного інформаційного суспільства. Визначені причини поширення методів маніпуляційного впливу у сучасному суспільстві. Описані основні технології маніпуляції суспільною свідомістю. Докладно проаналізовано використання в мас-медіа інфологем, які дозволяють інспірувати інформаційну хвилю та створити свою віртуальну реальність.

Ключові слова: інформаційне суспільство, інфологема, інформаційна хвиля, маніпуляційна комунікаційна стратегія.

До останнього часу комунікація розглядалася як окремий напрямок теорії і не була предметом прикладного дослідження. В той же час, існуючі теорії не можуть достатньо повно пояснити досвід комунікації, яка наявна в пострадянських державах, що пов'язано з системним характером ідеологічних конструкцій, які існують і відтворюються в пострадянських суспільствах, а також широко розробленими і масово вживаними технологіями маніпуляції суспільною свідомістю [1].

Необхідність повномасштабних перетворень в країнах СНД виводить на перше місце комунікаційні стратегії як практичну проблему, значення якої важко переоцінити, оскільки, перш ніж реформувати суспільство, потрібно змінити сам тип комунікації, який може бути використаний в процесі реформ.

Комунікації та комунікативні стратегії серед сучасних авторів вивчають С.Дацюк, К.Каландаров, Ю.Пірогова, А.Дмитрієв, В. Донецька, Г. Почепцов. Поняття маніпулювання та маніпулятивної техніки розглядається в роботах по психології, лінгвістиці, соціології, політології та теорії масової комунікації (напр., С. Доценко; Г.Грачов; С. Кара-Мурза; Гудін; Ріккер; Г.Лебон; С. Московічі та інші).

Для переходу від пануючої у сучасному суспільстві маніпулятивної комунікаційної стратегії до якісно нового рівня комунікації — конвенціональної — перш за все необхідно визначити причини використання саме маніпулятивної стратегії та її основні характеристики.

Метою цієї статі є (1) визначення причин надзвичайного поширення маніпулятивної стратегії в інформаційному суспільстві та (2) окреслення основних технологій маніпулювання суспільною свідомістю засобами мас-медіа.

В умовах інформаційного суспільства різноманітні інформаційні технології є невід-

ємною складовою комунікативних механізмів, через які, зокрема, здійснюється управління суспільством.

Цьому є декілька причин, зокрема надзвичайна складність та суперечливість взаємодії різних суб'єктів політичного процесу. Оскільки ці суб'єкти зазвичай неспроможні досягти консенсусу з найважливіших суспільно-політичних проблем, то єдина державна ідеологія поступається місцем ситуативному застосуванню певних технологій для вирішення конкретних завдань [4].

Ще однією причиною є різка зміна культурної парадигми, перехід від модернізму до постмодернізму, що, серед іншого, передбачає відсутність загальноприйнятої системи ідеологічних координат, множинність світоглядних поглядів; а також розмивання меж між об'єктивною та віртуальною реальностями, що породжується стрімким розвитком інформаційних технологій.

Отже, широке використання інформаційних технологій викликane саме суперечністю між складністю сучасної суспільної, в тому числі політичної, системи і перенасиченістю інформаційного поля та неадекватними цій складності інтелектуальними можливостями конкретних людей. Причому йдеться не лише про політичних діячів чи державних службовців, а й про рядових громадян, яким складно адекватно сприймати та оцінювати інформацію і робити на її підставі раціональні висновки [4].

Таким чином, інформаційні технології у політичній сфері мали б відігравати роль, з одного боку, своєрідного підсилювача інтелектуального потенціалу управлінців,

а з іншого – сприяти налагодженню конвенціональної комунікації між владою та суспільством; такої комунікації, яка б відбувалася на основі отримання її сторонами актуальної, комплексної та, головне, достовірної інформації.

Проте, сучасна суспільна комунікація використовує переважно маніпуляційну комунікативну стратегію, що є причиною втрати довіри суспільства до держави, громадян – до влади і, нарешті, призводить до деконвенціоналізації.

Конвенціоналізація як процес застосування конвенціональної комунікаційної стратегії принципово відрізняється від маніпуляції змістом, об'єктом діяльності і характером інструментів. Об'єктом діяльності конвенціональних комунікаційних дій є не громадяни (як в маніпуляційних діях), а соціальні проблеми, при цьому громадяни виступають партнерами. Інструменти конвенціональних комунікаційних дій є відкритими, на відміну від прихованих і таємних інструментів маніпуляційних дій. Змістом конвенціоналізації є деліберативний процес, тоді як змістом маніпуляційної комунікаційної стратегії є управління поведінкою [1].

Маніпуляційні технології ставлять за мету управління ситуацією через управління поведінкою людей. Метою ж конвенціональних технологій є управління ситуацією через взаємодію і узгодження поведінки людей. Маніпуляція використовується тоді, коли відкрито декларується одна мета, але при цьому спеціальними рефлексійними засобами самої комунікації переслідується інша.

Маніпуляцію породжує ситуація, коли присутня зовнішня для комунікації мета і відсутнє її відкрите пояснення-пропозиція для всіх учасників комунікації. Маніпуляційною комунікацією називається така цільова комунікація, де зовнішня для неї мета не оголошується відкрито або приховується спеціальними засобами і веде до зміни смислової, цільової або ціннісної ідентифікації того, на кого вона направлена. Цільова комунікація і комунікація порозуміння, де крім внутрішніх або зовнішніх для комунікації цілей виконується умова досягнення взаєморозуміння учасниками комунікації, є конвенціональною комунікацією [2, 46].

Цілий ряд ефективних механізмів комунікативної дії заснований на використанні імпліцитної інформації, тобто інформації, яка представлена в повідомленні у прихованому вигляді. Мова йде про такий спосіб передачі інформації, коли вона не виражається в явному вигляді, але виокремлюється адресатом при інтерпретації повідомлення. Адресат при цьому може використовувати свої знання про світ та соціальні стереотипи, уявлення про традиції етикету спілкування та про мовні стратегії та наміри адресанта, знання про властивості

використовуваної мови чи інших семіотичних систем [5, 210].

Імпліцитна інформація є невід'ємною частиною будь-якого повідомлення. Через свій «прихований» для адресата повідомлення характер вона є одним з комунікативних засобів, що має великий маніпулятивний потенціал.

Разом з тим, питання про маніпулювання непросте: як правило, одні і ті ж комунікативні прийоми в одних випадках служать для того, щоб з їхньою допомогою вміло вводити в оману, а в інших – просто для того, щоб зробити повідомлення коротшим, легшим для сприйняття або виразнішим і естетичнішим. Тим самим маніпулятивним є не прийом сам по собі, а його впливаюче навантаження в конкретній ситуації.

Для розуміння механізму маніпуляційної комунікації через засоби масової інформації варто звернутися до такої категорії, як "інфологема" [5, 89].

Коган В.З трактує інфологеми як неясні або помилкову інформацію, що використовується для заміщення базових фактів артефактами. Інфологеми з'являються як результат несвідомої омани або свідомого, цілеспрямованого маніпулятивного впливу. Вони мають здатність до розширеного відтворення, поширення і складання у системи.

Інфологеми впливають на людину протягом практично необмеженого часу, оскільки легко потрапляють у інформаційний фонд і завдяки цьому беруть участь у створенні перекрученої картини світу в свідомості людей, а також формують стійкі стереотипи індивідуальної і соціальної поведінки.

Інфологеми, як і будь-які віртуальні міфи (ідеологічні, політичні, соціальні), є активними та агресивними. Вони енергійно витісняють достовірну інформацію, залишаючись правдоподібними, але неправдивими. Саме тому плітки і чутки у сфері політики успішно формують стандарти неадекватної поведінки людей, допомагають відвернутися від неприємної соціальної реальності, зняти фрустрацію і забезпечити якусь видимість психологічного комфорту. [4, 127]

Інфологеми часто подаються в телевізійних аналітичних програмах з активним використанням технік формування довіри і звикання до комунікатора. Глядачі сприймають такі програми як джерело "особливої поінформованості" [4, 128], що дозволяє використовувати їх у одній із ефективних технік пропагандистського впливу – створенні (або ініціюванні) так званої „інфо-

рмаційної хвилі" на рівні міжособистісного спілкування – для ініціювання відповідного обговорення, оцінок, появи чуток і т.п.

Схема працює наступним чином. Відома, претендуюча на серйозність та аналітичність телепрограма, „вкидає” інформацію чисто пропагандистського характеру, яка подається ними як об’єктивна інформація. Це дозволяє іншим мас-медіа тиражувати, обговорювати, коментувати цю інспіровану інформацію, тим самим посилюючи її кумулятивний ефект.

Атрибутами такої інформації, як правило, служать посилення на анонімні „поінформовані джерела”; повідомлення часто супроводжуються цитуванням документів, експертними оцінками (зазвичай, вибірковим). Досить поширеним прийомом маніпуляції є організація інспірованих „викидів конфіденційної інформації” з урядових кіл чи, скажімо, Адміністрації, Президента, тобто інформації, яка не піддається перевірці, але, знову ж таки, викликає підсвідому довіру [4, 128].

Використовуються також такі стандартні прийоми закріплення довіри глядачів, як передача достовірних повідомлень, що стосуються переважно дрібних чи несуттєвих фактів, точність яких наперед відома глядачам.

В повідомлення включають елементи критики та самокритики, дозування позитивних і негативних моментів, підкреслення вдаваної політичної нейтральності. [4, 129].

Ефективності використання інформаційно-аналітичних телепрограм сприяє „претензійно-загадковий” стиль поведінки ведучого програми і використання таких поширених маніпулятивних прийомів, як „псевдооб’єктивність”, „альтернативний голос” тощо.

Особливо ефективна подібна схема в тих випадках, коли різні ЗМІ контролюються однією політичною силою, або владою, яка в якийсь момент уособлює інтереси кількох політико-фінансових груп, які в інші часи навіть можуть конкурувати між собою.

Шляхом створення „інформаційної хвилі” вирішують різноманітні завдання: це може бути нейтралізація, блокування дій опозиційних сил, або, навпаки, загальна дестабілізація і провокування масового невдоволення, дискредитація окремих політичних діячів або груп тощо. [4, 128]

Інформаційна епоха ставить кожне суспільство перед проблемою вирішення взаємозалежних і, водночас, суперечливих завдань. Широкі можливості, які відкриває технічний

прогрес, наприклад, для доступу до інформації про діяльність владних структур, вступає в протиріччя із забезпеченням державної таємниці чи конфіденційності ділової інформації.

Свобода слова та вільний доступ до інформації загрожує перенасиченістю інформаційного поля, яка робить окрему людину неспроможною до синтезу різномірної „мозаїчної” інформації і прийняття на її основі свідомих і раціональних рішень. Така перенасиченість схиляє людей до міфологічного світобачення, що базується на стереотипах, тоді як традиційний спосіб не тільки сприйняття інформації, а й впливу на людську свідомість базується на переконанні, апеляції до розуму, застосуванні раціональних аргументів.

Коли ж переважає ірраціональний спосіб світосприймання та використовуються маніпуляційні методи інформаційного впливу, тоді реальні факти, що не відповідають усталеним чи сфабрикованим міфам, відкидаються, як несуттєві. Внаслідок цього необхідність вирішення багатьох серйозних суспільних проблем ігнорується або заміщується у масовій свідомості інспірованими зовні „інформаційними приводами”.

Таким чином, сучасне інформаційне суспільство фактично стало „світом мас-медіа” з потужними механізмами самовідтворення та саморегуляції. ЗМІ почали впливати на світ об’єктивної реальності — не лише відображаючи його, а й конструюючи на свій розсуд.

Інформаційне суспільство внаслідок різкої зміни культурної парадигми та переходу від модернізму до постмодернізму є найбільш пристосованим до міфологізації політичного життя, а, отже, стає найуразливішим для маніпуляцій. Сучасні засоби масової комунікації, які є безпосередніми носіями і розповсюджувачами суспільно значущої інформації, відкрили принципово нові можливості для широкого застосування маніпулятивних технологій, зокрема таких як ініціювання інформаційної хвилі та встановлення порядку денного.

Свобода слова та вільний доступ до інформації сприяє перенасиченню інформаційного поля, що ускладнює синтез різномірної „мозаїчної” інформації і прийняття на її основі раціональних рішень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дацюк С. Коммуникативные стратегии [Электронный ресурс] // Сетевой проектный журнал XYZ: Программные статьи. – 1999.
2. Режим доступа: http://www.uis.kiev.ua/xyz/discussion/communicative_strategy.html

3. *Каландаров К. Х.* Управление общественным сознанием. Роль коммуникативных процессов. – М.: Гуманитарный центр "Монолит". –1998. – 80 с.
4. *Коган В.З.* Теория информационного взаимодействия: философско-социологические очерки. – Новосибирск, Изд-во Новосибирск, ун-та, 1991. –319с.
5. *Телебачення спецоперацій /* Наталя Лігачова, Сергій Черненко, Валерій Іванов, Сергій Дацюк. – К.: Інтерньюз-Україна, 2003. – 230 с.
6. *Пирогова Ю.К.* ИмPLICITная информация как средство коммуникативного воздействия и манипулирования // Проблемы прикладной лингвистики. – М., 2001. – С. 209-227.

Стаття надійшла до редакції 18.05.2007 р.

