

Орхов В. В.

Донецький державний університет управління

МАНІПУЛЯЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ МАСМЕДІА ЯК РЕАЛЬНА ЗАГРОЗА СЬОГОДЕННЯ

Головна мета засобів масової інформації – вплив на свідомість суспільства. Сьогодні такий вплив нерідко здійснюється через поширення неправдивої інформації та маніпуляційних технологій. Фейкова інформація активно надходить також через проросійські засоби масової інформації з метою дестабілізації ситуації в нашій країні. Для протидії різноманітним маніпулятивним технологіям масмедіа громадяни мають бути медіаграмотними. Українська держава повинна турбуватись про розвиток критичного мислення своїх громадян.

Ключові слова: фейк, маніпуляційні технології, інформація, ЗМІ, медіаграмотність.

Постановка проблеми. Сучасні засоби масової інформації (далі – ЗМІ) виконують чимало важливих функцій, серед яких чи не найважливішими є інформування та формування громадської думки. Але зазначені функції виконуються ЗМІ по-різному. Звичайному інформуванню про події належить досить незначне місце в складі загального масиву медіаконтенту ЗМІ, більшість серед яких домінують метою вбачає саме вплив на свідомість суспільства. Особливо це стосується інформації політичного характеру, під час подання якої нерідко використовується вплив маніпуляційного характеру, застосовується використання завідомо неправдивої, фейкової інформації, і все це неприпустиме для якісної журналістики, оскільки є прямим порушенням журналістських стандартів, як вітчизняних, так і міжнародних. За такої ситуації населення має бути обізнаним у питаннях протидії маніпуляційним впливам, розпізнаванні фейків тощо, тобто медіаграмотним. Це є одним із важливих завдань для суспільства інформаційної ери. Особливої актуальності це питання набуло зараз, у період нинішнього російсько-українського протистояння. На державному ж рівні необхідне вжиття заходів з усебічного сприяння розвитку медіаосвіти та протидії фейковим / маніпуляційним впливам на свідомість громадян, що поширюються як із середини держави, так і зовні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З огляду на важливість вивчення маніпуляційних процесів, наявних у сучасному суспільстві, поняття маніпуляційного впливу активно вивчається дослідниками, причому його розгляд відбувається в межах різних наукових напрямів:

журналістикознавства (Б. Потятиник, В. Різун, О. Холод), політології (О. Бабкіна, В. Горбатенко), психології (О. Доценко, С. Кара-Мурза, В. Шейнов), лінгвістики (А. Баранова, Г. Подшивайлова, Е. Шейгал, Г. Яворська).

Вивченню пов'язаного з маніпуляційними впливами питання інформаційних війн приділяли увагу дослідники Г. Почепцов, В. Швець, О. Пелін, Ю. Давидова, Р. Ліфтон та ін.

Сьогодні також існує низка установ, інтернету та інших ресурсів, спрямованих на просвітницьку роботу з підвищення медіаграмотності населення. Наприклад, маніпуляційні технології та шляхи боротьби з ними активно досліджує Академія української преси, якою створено інтернет-ресурс «Бібліотека масової комунікації та медіаграмотності», де вміщуються матеріали із цієї проблематики. Активну діяльність із поширенням інформації стосовно маніпуляції, фейків та засобів їх розпізнавання провадить започаткований «Телекритикою» (зараз – «Детектор медіа») у 2010 р. за підтримки «Інтерньюз-Нетворк» (Сполучені Штати Америки (далі – США)) проект Media Sapiens тощо.

Однак, на нашу думку, сьогодні все ще не вистачає публікацій, які б, вміщуючи узагальнення найважливіших напрацювань із наведених вище напрямів, подавали конкретні рекомендації щодо виправлення ситуації з масштабними маніпуляційними впливами ЗМІ на свідомість населення.

Постановка завдання. Метою статті є виділення найбільш небезпечних інформаційних загроз, які постають нині перед українським суспільством; окреслення основних заходів протидії

маніпуляційним загрозам як внутрішньополітичного, так і зовнішньополітичного характеру.

Виклад основного матеріалу. Український інформаційний простір сьогодні містить значну кількість фейків та відверто маніпуляційної інформації, що суттєво заважає пересічному громадянину отримувати якісні новини, орієнтуватися в політичній ситуації тощо. Одним із провідних чинників такого засилля неправдивої інформації є, звичайно, гібридна війна з Російською Федерацією, яка триває фактично із 2014 р. і має різні вияви, одним із яких і є інформаційна війна. Існують різні визначення цього явища. На інформаційній передовій боротьби проти України стоять центральні російські телеканали «Первый канал», «Россия 24», «НТВ», «РТР» та ін., газети «Известия», «Российская газета», «Московский комсомолец», «Комсомольская правда», «Коммерсантъ», «Взгляд», інформаційні агентства «РИА Новости», «ИТАР-ТАСС», «РОСБАЛТ», «АИС», інтернет-телеканали «LifeNEWS» та «ANNANews», а також десятки російських сайтів, які провадять постійну інформаційно-психологічну диверсійну діяльність проти України, активно висвітлюють події, що відбуваються, поширюючи публікації з неперевіреною та неправдивою інформацією і здійснюючи ідеологічно викривлений інформаційний супровід подій [1, с. 8]. Вони подають фейкову, пропагандистську, маніпулятивну інформацію, транслюючи її в Росії, на території України й інших країн світу. Серед ключових посилів, які намагаються нав'язати маніпулятори й вибудувати таким чином штучну реальність у свідомості респондентів, виділяють такі:

– фашисти й антифашисти: якщо українців називають фашистами, то антифашисти повинні їм протистояти;

– в Україні триває геополітична боротьба США проти миру, Росію треба підтримати, оскільки вона виявляється слабкою;

– консервативні сили проти модерності: а цією схемою Росія отримує підтримку американських консервативних сил і європейських радикалів [2].

Методи маніпулювання, які застосовуються російськими ЗМІ, досить різноманітні, вони спрямовані на викликання в членів суспільства різних негативних почуттів (обурення, ненависті, гнів), формування потрібних їм настроїв і переконань. Серед таких методів, зокрема, дослідник В. Гріджук називає:

– метод «гнилого оселедця», коли підбирається неправдиве звинувачення, причому максимально брудне і скандальне. Цей метод не передбачає

необхідності доводити звинувачення. Він спрямований на те, щоб викликати широке публічне обговорення. Незалежно від власних поглядів, усі учасники дискусії знову і знову вимовляють ім'я звинуваченого у зв'язці із брудним і скандальним обвинуваченням, втираючи таким чином все більше «гнилого оселедця» у фігуранта скандалу, поки нарешті цей «запах» не починає слідувати за ним всюди;

– метод «40 на 60». Засоби масової інформації 60% своєї інформації дають в інтересах супротивника. Завойовують таким способом його довіру до себе, решту 40% використовують для надзвичайно ефективної, завдяки цій довірі, дезінформації;

– метод абсолютної очевидності. Замість того, щоби щось доводити, подають те, у чому хочуть переконати аудиторію, як щось очевидне, само собою зрозуміле, тому, безумовно, підтримуване більшістю населення. Цей метод неймовірно ефективний, оскільки людська психіка автоматично реагує на думку більшості, прагнучи приєднатися до неї [3].

Та, окрім дезінформаційних повідомлень, трансльованих Російською Федерацією (далі – РФ), чимало неправдивої інформації різного гатунку поширюється й українськими ЗМІ. Фейки, маніпуляції, «джинса» – усього цього вистачає і в українських масмедіа всіх типів: у пресі, на радіо, телебаченні, в інтернет-публікаціях. Вони можуть бути як політичного, так і комерційного спрямування, але сутність у них спільна – через цілеспрямоване викривлення інформації відбувається введення в оману населення, формування в нього потрібного ставлення до тих чи інших явищ дійсності. Споживач інформації сьогодні потрапляє під потік безперервного інформаційного обману, причиною чому, з одного боку, є відсутність ефективного контролю за якістю того, що передають різні ЗМІ, з іншого – безпосередня залежність засобів інформації від певного інвестора, що примушує їх подавати інформацію у вигідному для себе ракурсі. Базові способи маніпулювання громадською думкою через масмедіа описав ще Ноам Хомський: відволікання уваги; створення проблем, а потім пропонування способів їх вирішення; спосіб поступового застосування; відтермінування виконання; звертання до народу як до малих дітей; наголошення на емоції більшою мірою, ніж на роздуми; тримання людей в невігластві; культивування посередності, спонукання громадян захоплюватися посередністю; посилення почуття власної провини; знання про людей більше, ніж вони самі про себе знають [4].

Хоч зазначені способи виділені ним приблизно 30 років тому, їх застосування можемо спостерігати і сьогодні. Звичайно, із часом зазначених способів стало ще більше, а їхній вплив, з огляду на можливості сучасних масмедійних засобів, став ефективнішим.

Особливо потужний маніпуляційний вплив телебачення, де на адресата інформації, на відміну від друкованих ЗМІ та радіо, впливають одразу трьома каналами: вербальним (тобто власне мовним), звуковим та візуальним. Від такого комбінованого подання інформації впливовий ефект на споживача значно зростає, пропорційно зростає і кількість технологій маніпуляційного впливу. Один із найбільш повних переліків технологій такого типу подає Н. Лігачова: 1) використання стереотипів; 2) заміна імен, або «наклеювання ярликів»; 3) повторення інформації; 4) ствердження; 5) постановка риторичних запитань; 6) напівправа; 7) «спіраль замовчування», або маніпулювання опитуванням громадської думки; 8) анонімний авторитет; 9) «буденна розповідь»; 10) ефект присутності й ін. [5, с. 43].

Маніпуляційні впливи набирають особливої потужності під час таких політичних заходів, як вибори різних типів: президентські, парламентські або місцевого рівня. Уже напередодні виборчих перегонів традиційно розгортаються соціологічні опитування, які іноді одночасно виступають і потужною технологією маніпулювання. Використання соціологічних опитувань із маніпуляційною настановою може відбуватися різними способами. Найпростіший спосіб – це вкидання до інформаційного простору несправжніх, сфабрикованих результатів. Їх зазвичай поширюють на замовлення якогось кандидата в підконтрольних чи просто матеріально заохочених до такого співробітництва ЗМІ. Перебільшені цифри у сфабрикованому рейтингу репрезентують кандидата як лідера перегонів, що, зрештою, може призвести до збільшення його реального рейтингу внаслідок позиції приєднання до більшості. І навпаки, сфабрикування навмисно занижених показників рейтингу політичного суперника може призвести до небажання голосувати за нього через побоювання втратити голос, віддаючи його «непрохідному» кандидатові.

Значну роль також відіграють тонкощі трактування рейтингів. Так, газета «2000» у 2004 р., дослідивши особливості тлумачення рейтингів, зазначила такі технології маніпуляцій, заснованих на специфічних формулюваннях запитань, що пропонуються респондентам: «Так, респондентам

зазвичай пропонують оцінити певний параметр за градаціями: «так», «скоріше так, ніж ні», «скоріше ні, ніж так», «ні» та «не знаю». Не давати однозначних відповідей – властивість людини, що мислить. Однак під час інтерпретації дослідження в пресі відсотки в градаціях «так» та «скоріше так, ніж ні» додаються й видаються за загальне «так». Так само маніпуляція з думками «ні» та «скоріше ні, ніж так». А за такого підходу можливі прямі підтасовки <...> останніми роками у звітах про опитування часто публікуються не вихідні дані «за» та «проти», а їх різниця, що називається індексом довіри / недовіри. Тут також є прийоми маніпулювання. Так, в одних випадках для вирахування індексу беруть тільки дані повної довіри / недовіри. В інших – враховують і проміжні значення» [6]. Як свідчить практика, результати таких маніпуляцій з оцінками респондентів виходять практично протилежними до їхніх справжніх оцінок.

Зазначення під час оприлюднення результатів соціологічних опитувань дати його початку та закінчення теж інколи стає засобом маніпулювання, адже під час публікації результатів здебільшого зазначають лише місяць його проведення, і коли протягом місяця сталися якісь істотні політичні події, то дані публікації можуть виявитися застарілими.

Як приклад маніпуляцій даними соціологічних опитувань у межах нинішньої президентської кампанії можна навести скарги, що були винесені на розгляд Комісії із журналістської етики для надання оцінки щодо дотримання вимог Кодексу етики українського журналіста в публікаціях GORDONUA.com від 29 січня 2019 р. «Порошенко оголосив про намір балотуватися на другий строк» та від 28 січня 2019 р. «Тимошенко залишається лідером президентських перегонів – опитування». У скарзі йдеться про те, що публікації містять ознаки маніпуляцій із соціологічними опитуваннями. Зокрема, у новині «Тимошенко залишається лідером президентських перегонів – опитування» від 28 січня 2019 р. йдеться про дані аналітичної групи «Соціопрогноз», отримані в період із 17 до 26 січня 2019 р. Натомість у новині від 29 січня 2019 р. «Порошенко оголосив про намір балотуватися на другий строк» наводяться дані грудневого дослідження Фонду «Демократичні ініціативи», відповідно до якого найвищий рейтинг у суб'єкта моніторингу Юлії Тимошенко – 16%, у суб'єкта моніторингу Петра Порошенка – 13,8%, він на другому місці. Зазначене може свідчити про ознаки порушення

Кодексу етики українського журналіста, зокрема ст. 11, відповідно до якої не допускається вибіркове цитування соціологічних досліджень, яке може призвести до викривлення змісту [7].

У результаті застосування різноманітних маніпуляційних технологій люди втрачають свободу свого волевиявлення, право впливати на розвиток своєї країни, іноді позбуваються різних матеріальних цінностей. Щоби запобігти цьому, необхідно терміново вжити низку заходів щодо захисту населення від таких впливів та можливого упередження їх появи в майбутньому.

По-перше, необхідно працювати над розвитком критичного мислення громадян країни через підвищення їхньої медіаграмотності. Для цього необхідно на рівні Міністерства освіти і науки України впровадити в усіх закладах освіти обов'язкові курси з медіаграмотності, щоби громадяни вже зі шкільних років мали навички безпечного існування в інформаційному просторі. Перші кроки в цьому напрямі вже робляться. Так, 2017 р. розпочався другий етап експерименту з медіаосвіти, який триватиме до 2022 р. На цьому етапі наявну наскрізну модель викладання медіаграмотності перевіряють на ефективність і попрацюють над підвищенням рівня медіакомпетентності самих педагогів та студентів педагогічного і психологічного профілю, медіаграмотність включено в стандарт початкової школи, за яким навчатимуться перші класи з нового навчального року [8]. Але розвиток у цьому напрямі, на нашу думку, варто інтенсифікувати, залучивши до проекту, крім учнів шкіл, також учнів ПТУ, ліцеїв, студентів технікумів та вищих навчальних закладів, створити всі можливості для проходження тренінгів із медіаграмотності для громадян усіх вікових груп.

По-друге, необхідно на рівні держави створити додаткові органи із протидії порушенням професійних журналістських стандартів українськими масмедіа. Сьогодні проводяться відповідні моніторинги щодо цього, передусім Інститутом масової інформації, але необхідно збільшити кількість таких моніторингів та розширити коло організаторів їх проведення. Окрім того, потрібні дієві механізми покарання за свідомі порушення журналістських стандартів як засоби профілактики їх рецидивів.

По-третє, необхідно проводити державну політику, спрямовану на збільшення кількості незалежних масмедіа, які могли б подавати інформацію, не орієнтуючись на запити інвесторів.

Існування медіа насамперед за рахунок реклами, коштів аудиторії і значна незалежність від інвесторів – це передовий досвід країн Заходу, який Україні необхідно запозичувати для забезпечення громадян якісною неупередженою інформацією.

Окремо слід організувати ефективну протидію інформаційним закидам із боку РФ. Обмеження трансляції ворожого медіаконтенту має відбуватися паралельно з оперативним спростуванням неправдивої інформації, яка все ж потрапляє до українських громадян, детально й максимально переконливо, за допомогою використання конкретних фактів, доводити недостовірність інформації та викривати мету її поширення.

Отже, сучасна людина доби «інформаційної ери» не лише активно отримує різноманітну інформацію, а й сама стає заручником маніпуляційних технологій, застосованих різними ЗМІ. Маніпуляційна, фейкова інформація, поширювана масмедіа, стосується різних сфер життя суспільства, особливо його політичної складової частини. В Україні сьогодні до внутрішніх маніпуляцій українських ЗМІ активно долучається агресивна маніпуляційна, фейкова інформація з боку Російської Федерації, що є продуктом інформаційної війни. Громадяни України, зазнаючи різноманітних деструктивних впливів маніпуляційних технологій, постають перед загрозою втрати особистої позиції, політичної волі, зазнавання економічних збитків тощо. Одним із засобів протидії в такій ситуації може стати розвиток критичного мислення громадян, рівня їхньої медіаграмотності. Держава також має намагатися контролювати дотримання журналістами норм професійної етики, створювати умови для існування незалежних масмедіа, які б могли доносити до населення правдиву, неупереджену інформацію.

Боротьба з інформаційною агресією РФ має відбуватися на належному професійному рівні й супроводжуватися роз'яснювальною роботою серед населення стосовно сутності й цілей інформаційних інтервенцій.

В умовах насичення медіапростору фейковими й маніпуляційними матеріалами потрібно проводити постійний моніторинг, спрямований на виявлення таких матеріалів. Є потреба в детальному дослідженні механізмів створення й особливостей застосування новітніх маніпуляційних технологій з метою вироблення засобів ефективної протидії їхньому впливу на населення.

Список літератури:

1. Зубарева М. Аналіз інформаційної війни між Росією та Україною в інформаційному суспільстві *Інформаційне суспільство*. 2015. Вип. 21. С. 6–11.
2. Ошибки информационной политики в период российско-украинского конфликта. URL: <http://psyfactor.org/psyops/infowar37.htm> (дата обращения: 21.03. 2019).
3. Гриджук В. Основні методи російської пропаганди. URL: <http://kozakorium.com/osnovni-metody-gosiyskoji-propahandy/> (дата звернення: 21.03. 2019).
4. Chomsky Noam. 10 strategies of manipulation by the media. URL: <http://www.pdfdrive.net/noam-chomsky-10-strategies-of-manipulation-by-the-mediae-675779.html> (дата звернення: 21.03. 2019).
5. Лігачова Н., Черненко С., Іванов В. Телебачення спецоперацій. Маніпулятивні технології в інформаційно-аналітичних програмах українського телебачення : моніторинг, методи визначення та засоби протидії : рекомендації щодо принципів відкритої редакційної політики телеканалів. Київ : Телекритика, 2003. 266 с.
6. Бабак М. Рейтинг як комунікативна технологія пропаганди. *Електронна бібліотека Інституту журналістики*. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1353> (дата звернення: 22.03. 2019).
7. Комісія з журналістської етики. URL: http://www.cje.org.ua/ua/rishennya_cje/oznaky-manipulyaciyi-mistyatsya-v-publikaciyah-iz-socialnomy-opytuvannyamy (дата звернення: 24.03. 2019).
8. Як краще викладати медіаграмотність у школі? Думка вчителів. *Media Sapiens*. URL: https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/yak_krasche_vikladati_mediagramotnist_u_shkoli_dumka_vchiteliv/ (дата звернення: 24.03. 2019).

**МАНИПУЛЯЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МАССМЕДИА
КАК РЕАЛЬНАЯ УГРОЗА НАШЕГО ВРЕМЕНИ**

Главной целью средств массовой информации является влияние на сознание общества. Сегодня такое влияние нередко осуществляется через использование ложной информации и манипуляционных технологий. Фейковая информация активно поступает также через пророссийские средства массовой информации с целью дестабилизации ситуации в нашей стране. Для противодействия разнообразным манипуляционным технологиям средств массовой информации граждане должны быть медиаграмотными. Украинское государство должно заботиться о развитии критического мышления своих граждан.

Ключевые слова: *фейк, манипуляционные технологии, информация, СМИ, медиаграмотность.*

MANIPULATIVE TECHNOLOGIES OF MASS MEDIA AS REAL THREAT OF OUR TIME

Main goal of media is influence on consciousness of society. For today such influence is quite often carried out through use of false information and manipulative technologies. Fake information actively arrives also through the pro-Russian media for the purpose of destabilization of a situation in our country. For counteraction to various manipulative technologies of media citizens have to be media competent. The Ukrainian state has to care for development of critical thinking of the citizens.

Key words: *fake, manipulative technologies, information, media, media literacy.*