

**Супруненко Юлія Сергіївна**

Київський національний університет

технологій та дизайну (м. Київ)

**Наукова керівниця – к. філол. н., доц. Гудкова Н. М.**

## **МЕТОДИ ТА СПОСОБИ МАНІПУЛЮВАННЯ У СУЧАСНИХ ЗМІ**

Сучасне суспільство характеризується наявністю у засобах масової інформації механізмів маніпулювання людською свідомістю, які останнім часом привертають увагу науковців та дослідників (Левицька, 2014; Лойко, 2011; Орховська, 2011). Медіа володіють великою кількістю різноманітних правил, способів та принципів створення повідомлень, які привертають увагу та впливають на свідомість читачів. Медіа не лише розважають, але й мають велику маніпулятивну силу, змінюючи сприйняття реальності та поведінкові моделі. Поява інтернету та соціальних мереж сприяє й розв'язанню політичних питань, зокрема допомагають зацікавленим панівним класам поширювати свої ідеї для отримання переваги над опонентами. Україна і світ зараз потерпають від інформаційної війни, і потреба у відборі та аналізі інформації є більшою, ніж будь-коли.

Сьогодні інформація, як і освіта, стала важливим елементом сучасного життя, і те, як люди взаємодіють з інформацією, багато в чому визначає рівень її існування. Інформаційний сектор корелює з трудовою та економічною сферами, впливає на сферу державної політики. Маніпулювання інформацією та свідомістю людей сьогодні стає механізмом програмування поведінки людей. Маніпулюючи людьми, можна зруйнувати певні уявлення у свідомості людей і створити на їх основі нові ідеології. Інформаційне маніпулювання через ЗМІ спрямоване на суспільство. Маніпуляція стає необхідною, коли держава зацікавлена в поширенні певних ідей і прагне створити ідеологічне підґрунтя

для виправдання тих чи інших засобів впливу. Таким чином, пропаганда покликана досягати ідеологічних потреб держави та тих, хто нею керує. З розвитком економіки та загальною комерціалізацією ЗМІ інформація також стає товаром, тобто об'єктом торгівлі. Власники ЗМІ зробили її затребуваною, ігноруючи той факт, що ЗМІ – це насамперед соціальний інститут і лише потім приватне підприємство.

Як правило, для досягнення більш успішного ефекту маніпуляція має бути прихованою, такою, щоб люди не усвідомлювали цей вплив. Однак ЗМІ часто використовують прямі засоби маніпуляції. Це заголовки та фотоматеріали. Заголовкам приділяється особлива увага, оскільки ці візуальні засоби впливу застосовуються на першому рівні маніпулювання. Іноді у заголовках та текстах використовується гра слів, що суперечить журналістській етиці. Важливість заголовків зумовлена, по-перше, тим, що вони повинні змусити читача прочитати всю статтю, по-друге, особистими пристрастями журналіста, його поглядами та бажанням висловити свою думку, а по-третє, комерціалізацією ЗМІ. Сьогодні, коли інформація стала товаром, головною метою сучасних ЗМІ є перш за все продаж інформації за найвищою ціною, а не донесення до аудиторії правдивої інформації, що заслуговує на довіру. Дуже часто статті містять часткові та однобічні оцінки подій, що ґрунтуються на думці експертів. З удосконаленням технологій роботи журналісти повинні більше апелювати до суспільства щодо власної соціальної відповідальності та дотримання професійної та журналістської етики. Журналістам варто утримуватися від однозначних заяв на користь тієї чи іншої сторони, намагатися зберігати баланс і уникати екстремальних оцінок реальної ситуації.

Маніпуляція масовою свідомістю має на меті деморалізувати населення, дискредитувати владу, нав'язати панівному класу потрібну ідеологію, нівелювати критичне мислення людей і тим самим запобігти можливому обуренню і протестам. Для досягнення цих цілей використовуються вербальні

та невербальні маніпуляції з вираженням думки. Використання яскравих фотографій, вибір шрифтів, кольорів і розміру тексту мають на меті привернути увагу читача і змусити його засвоїти необхідну інформацію.

Одним з найбільш типових методів є місце розташування тем у газеті та структура тексту. Найважливіші новини розміщуються у найбільш вигідній позиції в газеті, що має на меті сфокусувати увагу потенційного читача. Посилання на факти, цифри, на так званих «лідерів думок» є необхідним способом успішного тексту з маніпулятивним змістом. Арсенал засобів впливу ЗМІ на суспільну свідомість доволі великий. Можна виокремити методи перетворення комунікативно-змістової сторони інформації, методи емоційного впливу, а також лінгвістичні методи та способи. Евфемізми, складні вирази, епітети, метафори, модальні дієслова, двозначність висловлювання, омофони та поліфонія є характерними мовними засобами виразності текстів маніпулятивної спрямованості.

Продукція ЗМІ має значний маніпулятивний потенціал, оскільки сприйняття та інтерпретація важливих явищ у світі здійснюється через мас-медіа та за його допомогою. Розуміння механізмів та методів впливу ЗМІ на свідомість людей необхідно спеціалістам для розробки ефективних стратегій просування ідей, а також суспільству та окремому індивіду для оптимізації пошуку необхідної інформації та протидії маніпулюванню.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Левицька, І. М. (2014). Маніпуляція у міжособистісній взаємодії: поняття та зміст. *Вісник Національного університету оборони України: Питання психології*, (6 (43)), 212–216.

2. Лойко, В. В. (2011). До питання маніпуляції суспільною свідомістю у політичному дискурсі ЗМІ. *Вісник Житомирського державного університету*, (57), 179–181.

3. Орховська, Л. А. (2011). Мас-медіа як складова людської комунікації. *Вісник національного авіаційного університету: Філософія, Культурологія*, (1), Стаття 135-139.