

Анікіна Наталя Борисівна, здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за спеціальністю 052 «Політологія», Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди, Україна
e-mail: nataliia.anikina@hnpu.edu.ua
ORCID iD: 0009-0008-9604-8442

МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІСТОРІЇ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА: ВИЗНАЧЕННЯ, ЗМІСТ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ

У статті розглядається концепт «маніпуляція» з точки зору різних наукових підходів у контексті історичного розвитку суспільства. Досліджуються різні прийоми політичного маніпулювання (у межах зв'язку з пропагандою як соціально-політичним явищем) та напрями його впливу на суспільство в мирних та воєнних умовах існування на всіх етапах історичного розвитку.

Ключові слова: маніпуляція, пропаганда, політичне маніпулювання, громадська думка, технології впливу на громадську думку.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку суспільства маніпуляції як технології впливу на громадську думку є серйозним викликом в будь-якій сфері людської життєдіяльності. Для збереження демократичних цінностей, а також забезпечення можливості громадян приймати самостійні обґрунтовані рішення необхідне розуміння природи цього явища, способів і методів його розпізнавання та протидії йому.

Використання маніпуляцій – не нове явище в суспільстві, воно відоме ще з часів античності, коли маніпуляції вже використовувались як технології впливу. Як інструмент такого впливу вельми успішно застосовувалося слово, бо мислення і мова є важливим інструментом програмування поведінки людей. Дотепер принципово нічого не змінилося.

Вміння успішно маніпулювати іншими людьми має пряме відношення до здатності державних політичних діячів досягати успіху, утримувати контроль (владу) над іншими людьми або суспільними подіями, знаючи відповідні особливості людської психіки та прийоми маніпулятивного впливу на громадську думку. Це стосується багатьох галузей нашого життя: від суспільно-побутової до політичної. Тому під час війни, розв'язаної РФ проти України, тема маніпуляцій набула особливого поширення як у дослідженнях, так і в

практичній діяльності великої кількості вітчизняних і зарубіжних фахівців різної наукової спрямованості – психологів, соціологів, політологів, політтехнологів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Результати дослідження стосовно використання маніпулятивних впливів у політиці як соціально-політичного явища містяться в публікаціях багатьох зарубіжних та вітчизняних дослідників сучасності (Діна Бернета, Автандила Цуладзе, Г. Почепцова, Р. О. Мозаньяка, Н. Шевчук та ін.). Переважна більшість досліджень (зокрема, Я. Д. Короход [1], В. В. Москаленка [2, с. 361–372], В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Є. Д. Скулиша [3, с. 8–15; 36–42]) базується на спадщині відомих представників західної психології й соціології, які вивчали масову свідомість і зробили значні внески в розвиток соціальних наук: Гюстава Лебона [4; 5]; Зігмунда Фрейда [6]; Еріха Фромма [7], Ханни Арендт [8] і Віктора Франкла [9].

Особлива увага приділяється публікаціям одного з перших дослідників ХХ ст. у сфері сучасного політичного PR – Едварда Бернейза (зокрема, у працях О. Д. Бойко [10], Р. О. Мазьняка [11], Н. М. Грицюти [12, с. 67–76]). Довгий час він був консультантом зі зв'язків із громадськістю, який зумів знайти алгоритм ефективного використання маніпуляцій у політичній рекламі [13]. Він зміг поєднати ідеї Г. Лебона в питаннях психології натовпу та психоаналітичну концепцію З. Фрейда з акцентом на тому, що важливим моментом у демократичному суспільстві є майстерне маніпулювання впорядкованими, установленними вподобаннями та звичками народних мас [13].

Сучасні вітчизняні фахівці також досліджують цей феномен – питанням саме політичного маніпулювання в контексті розвитку теорій PR активно займаються Ю. Гавриличко [14], Н. М. Єфтені [15], О. В. Шевчук [16]; А. І. Нагорний [17] та ін.

Формулювання цілей: здійснити теоретико-методологічний аналіз наукових підходів маніпулювання як соціально-політичного феномену та дослідити особливості застосування маніпулятивних технологій у різні історичні періоди.

Виклад основного матеріалу. Слово «маніпуляція» походить від лат. «manipulus» і трактується як «жменя» («manus» – рука і «ріс» – наповнювати). Сьогодні маніпуляцію визначають як вид психологічного впливу на людину, який здатний змінювати її спосіб мислення, принципи або думки непомітно для самого індивідууму, що може відображатися у зміні прийняття ним рішень, які спочатку не відповідали його реальним намірам [18]. Я. Д. Короход визначає три джерела інформації, що свідчать про наявність маніпуляції: позиція маніпулятора, позиція жертви маніпуляції, позиція спостерігача за маніпуляцією [1, с. 1–2].

У словниках європейських мов маніпуляція розглядається як дія, що спрямована на об'єкти з певними цілями [19, с. 23–24]. Прикладом може слугувати ручне керування технікою, будь-якими машинами або медичного огляду лікарем пацієнта за допомогою рук. При виконанні таких дій, окрім спритності та вправності, людині потрібні певні вміння й навички. У сучасному переносному значенні слово «маніпуляція» розуміється як спритне поводження з людьми як з об'єктами, речами. Тому іноді термін «маніпуляція» виявляється метафорою і вживається в переносному значенні, коли мається на увазі вправність рук у користуванні речами.

У сучасній мові термін «маніпуляція» вживається також у значенні «вправного і прихованого» керування, частіше психологічного й політичного. Таке «керівництво», до речі, може бути не тільки прихованим, але і відкритим, проте обов'язково не усвідомлюваним тими, ким керують.

В Оксфордському словнику англійської мови маніпуляція трактується як «акт впливу на людей або керування ними зі спритністю, особливо із зневажливим підтекстом, як приховане керування або вплив» [20, с. 198].

Кембриджський словник у сучасній версії до маніпуляцій відносить шахрайство, керування свідомістю іншої особи, маніпулювання фондовим ринком, маніпулювання фактами медіа [21].

Дослідник Автандил Цуладзе вважає, що перш за все потрібно розділяти маніпуляцію міжособистісну та масову. Міжособистісна маніпуляція інтерпретується як технологія, що спрямована переважно на оточення політика, масова – на більш широку аудиторію (електорат) [11].

У першому випадку маніпулятор звертається до маніпулятивних прийомів, які працюють на міжособистісному рівні, а у другому – маніпулятор використовує вже готові маніпулятивні технології, які спрямовані на взаємодію з масами. Деякі дослідники пропонують розглядати маніпуляції в політиці як «приховане управління політичною свідомістю і поведінкою людей з метою примусити їх діяти або не діяти в інтересах маніпуляторів, тобто нав'язування волі маніпулятора у формі прихованого впливу» [11].

Сучасні вітчизняні дослідники у своїх роботах також приділяють увагу аналізу феномену маніпуляції. Так, Ю. Гаврилечко в статті «Маніпуляції громадською думкою: чому працюють та як уникнути» описує симптоми й ознаки прихованої маніпуляції: мова, емоції, сенсаційність і терміновість, повторення, дроблення, вилучення з контексту, тоталітаризм джерела повідомлень, тоталітаризм рішення, змішання інформації й думки, прикриття авторитетом, активізація стереотипів, некогерентність висловлювань і т. д. [14]. Т. Стасюк розглядає маніпуляцію як «сукупність прийомів або операцій практичної діяльності, що співвідносяться з комунікативними цілями суб'єкта, які вплива-

ють на вирішення конкретних завдань або полегшують досягнення конкретної мети» [22, с. 85].

Акцентуацію на суб'єктивному вимірі цього поняття пропонує В. П. Шейнов: «Маніпуляція – це приховане управління адресатом з боку ініціатора, за якого останній досягає своєї мети, наносячи збиток адресату» [23, с. 7–9]. Н. М. Грицюта зазначає, що «будь-який вплив на людину, який здійснюється поза її волевиявленням, поза усвідомленням нею впливотворних чинників з метою використання її як засобу досягнення власних цілей або вигоди, переслідуючи певні інтереси (в тому числі політичні, економічні або соціальні), є фактично маніпуляцією» [12, с. 123]. Науковець вбачає мету маніпуляцій у тому, щоб «приховуючи свої істинні наміри, спонукати людину до певних дій, зміни переконань, уявлень і думок, одночасно зберігаючи ілюзію незалежності, самостійності прийнятих рішень або дій. Визначальна ознака маніпуляції – одержання користі для себе за рахунок іншого, котрий це не усвідомлює» [12, с. 125].

Проте слід зауважити, що маніпуляції дуже тісно пов'язані з таким соціально-політичним феноменом, як пропаганда. «Пропаганда» як термін та соціальна практика вперше з'явилася в 1622 р. у Ватикані на вимогу Папи Григорія XV, який заснував Священну Конгрегацію для поширення католицької віри. Конгрегація займалася пропагуванням католицької віри, протидіючи в такий спосіб реформації, та, за завданням Ватикану, переконувала іновірців, поширюючи «правильне» віровчення.

Як соціальна практика пропаганда використовувалася задовго до XVII ст. Так, у Давній Греції на аренах амфітеатрів політики, філософи, оратори, поети мали змогу просувати свої ідеї, концепції та пропозиції серед народу. У Давньому Римі існувала так звана усна політична реклама, яка реалізовувалася через звернення до народу на площах, а також за допомогою плакатів. А заради створення певного образу влади імператори прославляли себе в пам'ятниках.

У часи Середньовіччя серед населення поширювалася інформація про традиції, обряди, суспільні норми та зразки поведінки у вигляді усної творчості: народні пісняри та проповідники виступали перед натовпом людей на площах. Відомі також факти про перші пропагандистські практики у Петра Ам'єнського, який своїми емоційними виступами перед натовпом людей міг переконувати їх у необхідності здійснення Хрестових походів. Після його проповідей тисячі селян з великим нетерпінням та ентузіазмом брали хрести і вирушали в Хрестові походи. Існують джерела, які свідчать про те, як в X ст. напередодні походів на ворожу державу великий князь Київський Святослав, ідучи в бій, голосно промовляв: «Іду на Ви» [24]. Цей вислів сміливо можна

називати великим гаслом пропагандистського характеру, яке змушує ворога тремтіти від цих слів, а своє військо спонукати, мотивувати та підбадьорювати перед походом.

Аналізуючи історію виникнення технологій маніпулювання, ми спостерігаємо, як вправно державні діячі вміли використовувати для досягнення своїх цілей пропаганду (будь-то релігійного, економічного або воєнного характеру).

У науковому та публіцистичному дискурсі існує безліч інтерпретацій терміна «маніпуляція», які накопичувалися протягом досить тривалого часу. Досі немає єдиної думки про те, хто є родоначальником теорії маніпуляції. Також невідомо, як і коли маніпулювання почали активно застосовувати на практиці в різних видах діяльності. Можна припустити, що перші теоретичні концепції маніпуляції належать до давньогрецької софістики, коли в суперечці та в доказах навмисно застосовувалися помилкові аргументи, засновані на свідомому порушенні логічних правил. Тут ми маємо справу з різними словесними хитрощами, метою яких є введення слухача в оману. Крім того, одним із перших теоретиків маніпуляції часто називають італійського мислителя Нікколо Макіавеллі. Як відомо, його знаменита робота «Державець» є збіркою рекомендацій для правителів із досягнення і захоплення влади, управління народом, ведення зовнішньої та внутрішньої політики. Для нас особливий інтерес у цій роботі становить така теза: «Великі справи здійснювались тими государями, які мало зважали на вірність обіцянкам, уміли лукавством обплутати людей і таким чином, урешті-решт, взяли гору над тими, які покладалися на порядність» [25, с. 72]. Це висловлювання демонструє пріоритет таємних і хитрих засобів, до яких може вдаватися правитель або людина, яка бере участь у політиці й управлінні. До того ж важливо згадати, що Н. Макіавеллі вперше вводить у політичну науку поняття «натовп». Натовпом він називає масу людей, які мало розуміються на тому, що собою являє правитель насправді, звертаючи увагу тільки на те, як зображує, демонструє себе сам правитель [25, с. 76]. Розводячи поняття «народ» і «натовп», він підкреслює, що перші більше спираються на розум, а другі – на почуття і пристрасті. У підсумку, на думку Н. Макіавеллі, розумний правитель повинен бути здатний управляти пристрастями, як на власне благо, так і на благо держави.

Епоха Просвітництва ознаменувалася появою друкарства, що прискорило поширення ідей серед великих мас населення. З'явилися нові можливості для ідеологічного впливу та формування громадської думки. Кінець цієї епохи ознаменувався розквітом пропаганди: в епоху наполеонівських воєн пропаганда стала важливим інструментом для мобілізації суспільства. Політична

карикатура, плакати і листівки активно використовувалися для формування ворожого образу супротивника. Видатний маніпулятор громадською думкою Наполеон Бонапарт із самого початку, від піднесення до влади і до створення імперії, застосовував пропагандистські засоби, зміцнюючи свою владу. Намагаючись забезпечити підтримку населення, він звертався до цілого спектра маніпуляційних інструментів, починаючи від створення легенди про себе та контролю інформаційного простору того часу (через друк – листівки і газети) і до увічнення себе та своїх подвигів у витворах культури, мистецтва, монетах, літературі тощо.

У другій половині XIX – на поч. XX ст. тема маніпулювання суспільною свідомістю простежується в роботах цілої низки великих дослідників – Г. Лебона, Хосе Ортега-і-Гассета, А. Грамши, Г. Лассуела. Так, французький психолог, соціолог і антрополог Г. Лебон у роботі «Психологія мас» пише про те, що основою управління людьми є ідеї, почуття і звичаї, носіями яких є представники цього суспільства [4, с. 121]. Також він виділяє ключові характеристики мас, які відкривають можливості для управління людьми. По-перше, це відчуття непереборної сили, яка виникає в свідомості індивіда, яка знаходиться під впливом чисельності натовпу. Це відчуття призводить до усунення індивідуальної відповідальності людини за свої дії в результаті – вона перекладає відповідальність на інших людей у натовпі. По-друге, це заразливість: усілякі почуття, які виникають в натовпі, переносяться на всіх його учасників. По-третє, це сприйнятливості людей до навіювання, що виникає в результаті придушення раціонального начала особистості, яка перебуває в натовпі [5, с. 125]. Перераховані характеристики створюють сприятливі умови для впровадження в масову свідомість будь-яких ідей і поглядів.

У свою чергу іспанський філософ Х. Ортега-і-Гассет у роботі «Повстання мас» відзначав: маси «здатні давати хід і силу закону своїм трактирним фантазіям» [26, с. 11]. Можна констатувати, що зазначені автори бачили в маніпулюванні, з одного боку, феномен, який проявляється в процесі масовізації індивідуальної свідомості, а з іншого, – інструмент управління великими соціальними групами.

Ще однією віхою в дослідженні феномену маніпуляцій є робота Г. Лассуела «Техніка пропаганди у світовій війні» (1927), у якій зазначається, що пропаганда є, поряд із військовим та економічним впливом, знаряддям у протистоянні з ворогом [27, с. 171]. Для Г. Лассуела пропаганда – це спроба змінити погляди людей, вона виступає засобом «масового переконання» [27, с. 171]. Інструментами пропаганди щодо ворога виступали підриг патріотизму, віри в перемогу, довіри народу до свого уряду, акцентування уваги людей на різних невдоволеннях і проблемах, а також поневіряннях, які ті несуть у результаті

протистояння. Щодо власного народу або союзників пропаганда стає інструментом збудження ненависті до ворога, підтримки дружнього ставлення до союзників, збереження добрих відносин із нейтральними сторонами тощо.

Важливим завданням у рамках цієї статті ми вважаємо чітке розмежування феноменів «маніпуляція» і «пропаганда». На наш погляд, між ними існує дві кардинальних відмінності. По-перше, пропаганда є переконання суспільства в правильності, адекватності певної точки зору щодо дійсності, а маніпуляція є специфічним прийомом, який використовується владою задля здобуття такої підтримки суспільства. По-друге, у більшості випадків суб'єкт, який здійснює пропаганду, є відомим і чітко визначеним (наприклад, Міністерство пропаганди нацистської Німеччини на чолі з Йозефом Геббельсом), тоді як ключовою властивістю маніпуляції є прихованість суб'єкта впливу. Він жодним чином не повинен бути виявлений, інакше весь маніпулятивний ефект з великою ймовірністю впаде.

XX ст. можна вважати розквітом маніпулятивних технологій. З появою психоаналізу і поведінкових наук, започаткованих З. Фройдом, а також за допомогою досліджень його послідовників сформувався розуміння того, як працює людська психіка, які приховані інстинкти і бажання керують людською поведінкою [6]. Це стало основою для розроблення тонких маніпулятивних технік, які впливали не на раціональну, а на емоційну сферу людини. У період Першої та Другої світових війн відбувся пік маніпулятивних технологій у їх найбільш агресивній формі. Радіо, кіно, плакати, газети, листівки – усе це використовувалося для формування образу ворога, патріотичної мобілізації й демонізації супротивників. Добре відомо, наскільки успішно уряд Третього Рейху використовував масові ритуали, звернення до інстинктів натовпу задля створення «однорідної спільноти» і підкорення її волі лідера.

У 1964 р. побачила світ книга німецького соціолога Г. Франке «Маніпульована людина», де пропонується доволі влучне, на погляд цілої низки дослідників, визначення маніпуляції – як психічного впливу, що здійснюється таємно в контексті нанесення шкоди тим особам, на котрих цей вплив спрямований (наприклад реклама) [28]. Тобто, оскільки маніпуляція є прихованим впливом, то він має залишитися непомітним для об'єктів маніпуляції.

Останню тезу цілком поділяє професор Каліфорнійського університету Г. Шиллер, який підкреслює, що для досягнення успіху маніпуляція має залишатися непомітною. Тільки в умовах, коли людина, як об'єкт маніпуляції, вірить у те, що все відбувається природно та за власною волею, гарантовано успішне проведення маніпулятивної дії [Див.: 15, с. 85]. Отже, для проведення маніпуляції потрібно створити фальшиву дійсність, де використання маніпуляційних прийомів залишиться нібито «за кадром».

Звісно, маніпуляція – це такий вплив, який вимагає від маніпулятора певних знань і значної майстерності. Маніпуляція суспільною свідомістю перетворилася на окрему технологію: з'явилися спеціалісти в цій галузі, які нею володіють на професійному рівні. Оскільки в суспільстві сформувався запит на таких фахівців, то розпочався і процес інституціоналізації системи їх підготовки.

Ще однією важливою, хоча й не надто очевидною, ознакою процесу маніпулювання є практика ставлення до людей, чиєю свідомістю маніпулюють, як до знеособлених об'єктів, а не як до окремих унікальних особистостей. За таких умов поза всіх варіантів очікуваних результатів впливу маніпулятора залишаються моменти власної ініціативи та активності громадян, які в будь-який момент можуть своїми діями мінімізувати рівень ефективності роботи першого.

Маніпуляція є потужним складником технології влади. Говорячи про політичне маніпулювання, мається на увазі комплекс ідеологічних, психологічних, організаційних дій, спрямованих на приховану зміну масової свідомості з метою впровадження суспільних думок і настроїв, які спрямовують громадську активність в напрямку, потрібному маніпулятору задля забезпечення для нього успіху в процесі здобуття, утримання та використання політичної влади. Тому можна погодитися з О. Шевчуком, що основними функціями політичної маніпуляції є:

- інформування (обговорення отриманої інформації або відомостей про важливі події для громадян, суспільства, емоційна інтерпретація отриманої інформації, суб'єктивне коментування й подальше поширення серед інших людей);
- посилення впливу (прагнення змінити мотиви, настанови співрозмовника з метою трансформування його думки, поведінки та дії);
- контроль свідомості (акцентування необхідних стереотипів у суспільній свідомості, поширення міфів, які в певний момент автоматично запускають потрібні механізми в людській психіці);
- регулювання (контроль за поведінкою об'єкта маніпуляції та направлення його дій в потрібному для маніпулятора напрямку);
- провокація (здійснення маніпулятором навіювання в ході конфліктної ситуації з партнером або розповсюдження «потрібних» ідей та думок у стані політичних опонентів);
- камуфлювання (маскування та приховування дійсних намірів суб'єкта маніпуляції шляхом надання дезінформації або перекручування достовірних фактів, необхідних об'єкту (політичному партнеру) для прийняття певних рішень);

- захист (під час зіткнення інтересів використання маніпулятором спеціальних маніпулятивних засобів у ситуації дефіциту будь-яких ресурсів: психологічних, економічних та ін.);
- адаптивність (пристосування маніпулятивної стратегії й тактики до специфічних особливостей партнера як об'єкта маніпуляції та до конкретної ситуації;
- мобілізація (для забезпечення необхідних дій об'єкта для маніпулятора використання комплексу спонукальних заходів: інформаційних, емоційних, мотиваційних тощо) [16].

Як зазначалося, маніпуляція – це приховане керування, яке не повинно бути поміченим об'єктом комунікації. Отже, не викликає сумніву, що успішність маніпуляції у великому ступені залежить від довіри об'єкта (комуніканта) до маніпулятора і його віри в те, що все, що йому кажуть, є істиною. Виникає цілком слушне запитання: як цього домогтися?

Дуже зручним інструментом для переконання народних мас є засоби масової комунікації. Добре відомо, як під час Першої світової війни уряди задіяли пропаганду для мобілізації населення, підтримки бойового духу солдатів, демонізації ворога й формування образу «справедливої війни». Плакати, газети, листівки та кіно стали основними інструментами впливу. Класичні тоталітарні режими ХХ ст. – СРСР та нацистська Німеччина – довели пропаганду до безпрецедентного рівня. Пропаганда використовувалася для легітимації влади, що спричинило створення культу особи лідера. Пропаганда також сприяла створенню ілюзії успіху серед населення, оскільки приховувалися невдачі, а реальність викривлялася.

Під час Холодної війни пропаганда стала одним із ключових елементів протистояння між Заходом та СРСР. Обидві сторони використовували ЗМІ, культурні обміни та освітні програми для просування своїх ідеологій та дискредитації опонента.

У ХХІ ст. з'явилися нові можливості впливу на громадську думку за допомогою соцмереж та медіаплатформ, проте разом з цим продовжують працювати і старі методи: журналістика досить успішно використовує маніпуляції, що передбачають застосування різних прийомів і методів для спрямування уваги аудиторії в певному напрямку та/або впливу на її погляди й переконання. Це можуть бути галасливі заголовки, провокаційні фотографії, навмисно дібрані слова чи навіть вигадані факти з метою створення потрібного ефекту або враження. Серед найвпливовіших методів маніпуляції – технології clickbait та deepfake.

Термін «клікбейт» походить від англ. «click», що означає клік мишею, та «bait» – приманка [29]. Уже з самої назви зрозуміло: клікбейт – це своє-

рідна пастка для користувачів, яка спонукає їх натиснути на посилання. Інакше кажучи, це текст або зображення, створені з метою збільшення кількості переходів. Хоча сам термін набув широкого вжитку відносно нещодавно, подібні методи залучення уваги використовуються ще з часів появи рекламних банерів.

Крім заголовків, клікбейт використовується і в інших елементах контенту, які впливають на користувачів:

- клікбейт-зображення – картинки, що викликають зацікавленість, зазвичай провокативного характеру, підштовхують до переходу за покликанням. У результаті, це може бути фото, яке не відповідає заявленому заголовку або змісту статті;

- маніпулятивні підзаголовки – підписи під текстом або фото з обіцянками чогось сенсаційного, проте насправді достатнє інформаційне наповнення відсутнє;

- надемоційні заголовки – тексти, що починаються зі слів: «Не проходите повз!», «Це змінить ваше життя назавжди!», «Ви не повірите!», але потім виявляється, що матеріал був нейтральним або зовсім з іншої тематики. Сюди ж належить і клікбейт-відео;

- клікбейт-опитування, вікторини і тестування з призовом негайно перейти за покликанням, наприклад: «Хочете дізнатися, який ви супергерой? Пройдіть тест!». Інформативності в цьому разі ніякої немає, але є активне спонукання користувача взаємодіяти з контентом;

- маніпулятивні посилання. Наприклад, повідомлення передбачає якусь пропозицію – «Дізнайтесь більше тут», та замість очікуваної інформації з'являється реклама або видається інший контент;

- фейкові термінові пропозиції, які створюють штучне відчуття терміновості за допомогою фраз на кшталт «Залишилось 1 місце!», «Акція діє лише сьогодні!», змушують користувачів реагувати швидше. Мета клікбейтингу, – як правило, фінансова зацікавленість автора блога чи сайта, щоб отримати прибуток від контенту [29].

Клікбейт-метод, звісно, підвищує можливість розширення аудиторії, проте така практика знижує довіру населення до медіа, бо часто сприяє поширенню дезінформації.

В умовах російсько-української війни активно почали застосовуватися deepfake-технології, які використовують штучний інтелект для створення реалістичних, але фальшивих відео- чи аудіозаписів. Вони дозволяють змінювати обличчя та голос людини, що є вельми привабливим для організації маніпуляцій [30]. Вітчизняний інформаційний простір переповню-

ється фейковими новинами. Ці фейки здебільшого стосуються політичних діячів, військових, переселенців із територій, де ведуться активні бойові дії. Такі медіаманіпуляції, як вид психологічного впливу, що здійснюється через пресу, радіо, телебачення, інтернет, кінематограф, рекламні щити тощо, призводять до пробудження в об'єкта впливу намірів, які змінюють його бажання, настрої, поведінку й погляди [30]. Важливо сприймати всю інформацію критично, перевіряючи дані в офіційних джерелах, щоб відділяти правдиву інформацію від фейкової. Усі вже звикли до цього неологізму, сьогодні і в науковій, і в публіцистичній літературі брехливу інформацію, яку намагаються видати за реальну правдиву новину, називають фейком. Їхніми типовими формальними ознаками є простота та зрозумілість, апеляція до емоцій реципієнтів через лексеми-маркери «увага», «шок», «сенсація», «важлива інформація», «дуже важливо» тощо. У такого роду повідомленнях або взагалі відсутні посилання на джерела їхньої появи, або містяться посилання на власний «ексклюзив від друзів, родичів у прокуратурі, поліції, «джерело у вищих колах» тощо. Основна мета фейкових новин – сіяти паніку, нагнітати та залякувати. Такі тексти зазвичай мають нетипову форму, істеричний та емоційний тон висловлення. Тому слід повсякчас пам'ятати про «інформаційну гігієну» та перш ніж поширити будь-яку інформацію в соціальних мережах чи переслати її у приватних повідомленнях, варто замислитися і спробувати зрозуміти, чого ми цим досягнемо [30].

Таким чином, маніпуляція громадською думкою означає непряме, приховане застосування психологічних та комунікаційних технік і технологій з метою зміни думок, переконань або поведінки людини чи певної групи людей без їхньої свідомої згоди. Зазвичай маніпуляція апелює до емоцій, сталих стереотипних упереджень та несвідомих реакцій, на відміну від переконання, яке спирається на логіку та аргументацію. Маніпуляції використовуються для досягнення політичних (формування «свого» електорату для претендента на політичних перегонах), економічних (підштовхування споживачів обирати певні товари / послуги, формуючи лояльність до запропонованого бренду) та/або соціальних цілей (зміни суспільних норм і цінностей, насадження нових ідеологій). До маніпуляцій часто звертаються під час конфліктів, у тому числі воєнних дій, з метою поширення дезінформації, деморалізації супротивника та мобілізації власного населення.

Висновки. Проведений історико-порівняльний аналіз маніпулятивних технологій показав, що у XXI ст. вони значно вдосконалилися і перетворили-

ся на ефективний владний інструмент, негативними наслідками неконтрольованого використання якого можуть стати розкол суспільства на полярні за ідеологією протиборчі групи, втрата довіри до інститутів влади, медіа й експертів, занепад демократії внаслідок боротьби не за свідоме волевиявлення громадян, а за «сліпе підкорення» населення нав'язуваній волі маніпулятора та відчуття постійного психологічного дискомфорту тощо.

В умовах повномасштабної російсько-української війни, яка має всі ознаки гібридності, проблема розбудови дієвої системи підвищення рівня медіаграмотності населення набуває особливого значення, бо вміння бути критично мислячою людиною, здатною не розгубитися в потоці фейкових новин, спростовувати ворожі маніпуляції та ефективно їм протистояти, стає не перспективним, а невідкладним завданням, вирішення якого стає однією з важливих умов збереження української державності. При цьому здійснення послідовної державної підтримки незалежних медіа сприятиме розвитку неупередженої журналістики з працюючими правовими механізмами, що допоможуть контролювати і гальмувати процес поширення в суспільстві дезінформації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Короход Я. Д. Соціально-політичні маніпуляції особистістю. *Актуальні проблеми політики*. 2013. Вип. 48. С. 268–275. URL: <https://dspace.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/baf8eac3-30d4-4346-87ac-6e242648d5b7/> (дата звернення: 05.07.2025).
2. Москаленко В. В. Психологія соціального впливу : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2007. 448 с.
3. Сугестивні технології маніпулятивного впливу / Петрик В. М., Присяжнюк М. М., Компанцева Л. Ф. та ін. Київ : ВІПОЛ, 2011. 248 с.
4. Лебон Г. Психологія мас. Київ : Андронум, 2021. 138 с.
5. Лебон Г. Психологія натовпу. Київ : Арії, 2024. 138 с.
6. Фройд З. Психологія спільнот і аналіз людського «Я». Київ : Андронум, 2025. 90 с.
7. Фромм Е. Втеча від свободи. Харків : Кн. клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2024. 288 с.
8. Арендт Х. Айхман в Єрусалимі. Розповідь про банальність зла. Київ : Дух і Літера, 2021. 376 с.
9. Франкл В. Людина в пошуках справжнього сенсу. Психолог у концтаборі. Харків, 2020. 160 с.
10. Бойко О. Д. Чутка як інструмент політичного маніпулювання. *Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї*. 2011. Вип. 22. С. 238–248. URL: <https://nasplib.isofts.kiev.ua/handle/123456789/26863> (дата звернення: 05.08.2025).

11. Мазеньяк Р. О. Політичне маніпулювання: теоретико-методологічний аналіз поняття. *Політикус*. 2021. Вип. 5. С. 48–52. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/polit_2021_5_10 (дата звернення: 18.09.2025).
12. Грицюта Н. М. Етика рекламної діяльності. Київ : Ін-т журналістики ; Харків : Оберіг, 2008. 256 с.
13. Бернейз Е. Пропаганда. Київ : Вид. дім «Сварог», 2023. 128 с.
14. Гаврилечко Ю. Маніпуляції громадською думкою: чому працюють та як уникнути. *Центр громадської аналітики «ВЕЖА»*, 2023. 8 листоп. URL: <https://vezha.com.ua/zmi/manipulyacziyi-gromadskoyu-dumkoju-chomu-praczuuyut-ta-yak-unyknuty>(дата звернення: 05.08.2025).
15. Єфтені Н. М. Політичне маніпулювання: особливості застосування. *Актуальні проблеми політики*. 2015. Вип. 56. С. 234–241. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/appol_2015_56_31 (дата звернення: 05.09.2025).
16. Шевчук О. В. Політична маніпуляція: поняття, концепції, механізм реалізації. *Актуальні проблеми політики* : зб. наук. пр. 2021. Вип. 68. С. 83–89. doi: <https://doi.org/10.32837/app.v0i68.1290> (дата звернення: 17.08.2025).
17. Нагорний А. І. Сучасні методики маніпулювання суспільно-масовою свідомістю та їх застосування в політичних технологіях. *Український соціум*. 2008. №4 (27). С. 167–184. doi: <https://doi.org/10.15407/socium2008.04.167>.
18. Корольчук В. В. Маніпуляція з кримінологічної точки зору як один із засобів учинення злочинів. *Юридична психологія та педагогіка*. 2013. Вип. 1. С. 1.
19. Гуменюк О. Є. Маніпуляція як різновид психологічного впливу. *Практична психологія та соціальна робота*. 2003. Вип. 5. С. 23–24.
20. Diana L., Bredbery J. Oxford Advanced Learner's Dictionary. Oxford : Oxford University Press, 2020. 1820 p.
21. Diana L., Bredbery J. Cambridge Advanced Learner's Dictionary. Cambridge : Cambridge University Press, 2013. 2490 p.
22. Стасюк Т. Д. Технології мовного впливу як компонент сучасної комунікації. *Українська правда*. 2010. № 1. С. 82–87.
23. Шейнов В. Приховане управління людиною. Київ, 2023. 204 с.
24. Шполянська К. Правда про знамениту фразу «іду на Ви!»: що насправді мав на увазі князь Святослав Хоробрий. *Telegraf*. 2024, 11 груд. URL: <http://news.telegraf.com.ua/ukr/ukraina/2024-12-11/5889802-pravda-pro-znamenitu-frazu-idu-na-vi-shcho-naspravdi-mav-na-uvazi-knyaz-svyatoslav-khorobriy> (дата звернення: 11.09.2025).
25. Макіавеллі Н. Державець. Київ : Андронум, 2020. 88 с.
26. Ортега-і-Гассет Х. Повстання мас. Б. м. : Marcobook, 2025. 136 с.
27. Lasswell H. D. Propaganda Technique In World War I. MIT Press, 1971. 268 p.
28. Франке Г. Маніпульована людина. *Брокгауз*. 1964. 454 с.
29. Шульська Н. М., Возняк О. О. Фейкові новини як елемент інформаційної війни. *Modern research in world science: proceedings of the 2nd International scientific and practical conference: процедури 2-ї міжнар. наук.-практ. конф. SPC*

“Sci-conf.com.ua”. Львів, 2022. С. 1015–1021. URL: <https://sci-conf.com.ua/i-mezhdunarodnaya-nauchnoprakticheskaya-konferentsiya-modern-research-in-world-science-15-17-maya-2022-goda-lvov-ukrainaarhiv/> (дата звернення: 12.07.2025).

30. Горбачова А. О. Обережно Deepfake: як сучасні технології провокують політичні скандали. *Інформаційне агентство ЮНІАН*. 2022. 11 січ. URL: <https://www.unian.ua/society/oberezhno-deepfake-yak-suchasni-tehnologiji-provokuyut-politichni-skandali-novini-ukrajini-11667661.htm> (дата звернення: 19.09.2025).

REFERENCES

1. Korokhod, Ya. D. (2013). Sotsialno-politychni manipuliatsiiosobystistiu. *Aktualni problemy polityky – Current political problems*, 48, 268–275. URL: <https://dspace.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/baf8eac3-30d4-4346-87ac-6e242648d5b7> [in Ukrainian].
2. Moskalenko, V. V. (2007). Psykholohiia sotsialnoho vplyvu: navch. posibnyk. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury [in Ukrainian].
3. Suhestyvni tekhnolohii manipulyativnoho vplyvu / Petryk, V. M., Prysiazhniuk, M. M., Kompantseva, L. F., Skulysh, Ye. D., Boiko, O. D., Ostroukhov, V. V. (2011). Kyiv: ZAT VIPOL [in Ukrainian].
4. Lebon, H. (2021). Psykholohiia mas. Kyiv: Andronum [in Ukrainian].
5. Lebon, H. (2024). Psykholohiia natovpu. Kyiv: Arii [in Ukrainian].
6. Froid, Z. (2025). Psykholohiia spilnot i analiz liudskoho “Ja”. Kyiv: Andronum [in Ukrainian].
7. Fromm, E. (2024). Vtecha vid svobody. Kharkiv: Klub simeinoho dozvillia [in Ukrainian].
8. Arendt, Kh. (2021). Aikhman v Yerusalymi. Rozpovid pro banalnistzla. Kyiv: Dukh i Litera [in Ukrainian].
9. Frankl, V. (2020). Liudyna v poshukakh spravzhnoho sensu. Psykholoh u kontstabori. Kharkiv [in Ukrainian].
10. Boiko, O. D. (2011). Chutka yak instrument politychnoho manipuliuvannia. *Suchasna ukrainska polityka. Polityky i politolohypronei – Modern Ukrainian politics. Politicians and political scientists about it*, 22, 238–248. URL: <https://nasplib.isofts.kiev.ua/handle/123456789/26863> [in Ukrainian].
11. Mazniak, R. O. (2021). Politychne manipuliuvannia: teoretyko-metodolohichniy analiz poniattia. *Politykus*, 5, 48–52. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/polit_2021_5_10 [in Ukrainian].
12. Hrytsiuta, N. M. (2008). Etykareklamnoidiialnosti. Kyiv: In-t zhurnalistyky; Kharkiv: Oberih [in Ukrainian].
13. Berneiz, E. (2023). Propahanda. Kyiv: Vydavn. dim “Svaroh” [in Ukrainian].
14. Havrylechko, Yu. (2023). Manipuliatsii hromadskoiu dumkoiu: chomu pratsiuiut ta yak unyknyty. *Tsentr hromadskoi analityky VEZhA – Tsentr hromadskoi analityky “VEZhA”, 8 lyst*. URL: <https://vezha.com.ua/zmi/manipulyacziyi-gromadskoyu-dumkoyu-chomu-praczyuyut-ta-yak-ynyknyty> [in Ukrainian].

15. Yeftieni, N. M. (2015). Politychne manipuliuvannia: osoblyvosti zastosuvannia. *Aktualni problemy polityky – Current Issues in Politics*, 56, 234–241. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/appol_2015_56_31 [in Ukrainian].
16. Shevchuk O. V. (2021). Politychna manipuliatsiia: poniattia, kontseptsii, mekhanizm realizatsii. *Aktualni problemy polityky – Current Issues in Politics*, 68, 83–89. doi: <https://doi.org/10.32837/app.v0i68.1290> [in Ukrainian].
17. Nahornyi, A. I. (2008). Suchasni metodyky manipuliuvannia suspilno-masovoiu svidomistiu ta y ikh zastosuvannia v politychnykh tekhnolohiiakh. *Ukrainskyi sotsium – Ukrainian society*, 4(27), 167–184. doi: <https://doi.org/10.15407/socium2008.04.167> [in Ukrainian].
18. Korol'chuk, V. V. Manipulyatsiya z kryminolohichnoyi tochky zoru yak odyin iz zasobiv uchynennya zlochyniv. *Yurydychna psykholohiya ta pedahohika*. 2013. Vyp. 1. P. 1 [in Ukrainian].
19. Humenyuk, O. YE. Manipulyatsiya yak riznovyd psykholohichnoho vplyvu. *Praktychna psykholohiya ta sotsial'na robota*. 2003. Vyp. 5. P. 23–24 [in Ukrainian].
20. Diana, L., Bredbery, J. (2020). Oxford Advanced Learner's Dictionary. Oxford: Oxford University Press.
21. Diana, L., Bredbery, J. (2013). Cambridge Advanced Learner's Dictionary. Cambridge: Cambridge University Press.
22. Stasiuk, T. D. (2010). Tekhnolohiiimovnohovplyvuyakkomponentsuchasnoikomunikatsii. *Ukrainskapravda – Ukrainskapravda*, 1, 82–87 [in Ukrainian].
23. Sheynov V. Prykhovane upravlinnya lyudynoyu. Kyiv, 2023. 204 [in Ukrainian].
24. Shpolianska, K. (2024). Pravda pro znamenytu frazu “idu na Vy!”: shcho naispravdi mav na uvazi kniaz Sviatoslav Khorobryi. *Telegraf*, 11 grudnya. URL: <http://news.telegraf.com.ua/ukr/ukraina/2024-12-11/5889802-pravda-pro-znamenitu-frazu-idu-na-vi-shcho-naspravdi-mav-na-uvazi-knyaz-svyatoslav-khorobryi> [in Ukrainian].
25. Makiavelli, N. (2020). Derzhavets. Kyiv: Andronum [in Ukrainian].
26. Orteha-i-Hasset, Kh. (2025). Povstanni amas. Marcobook [in Ukrainian].
27. Lasswell, H. D. (1971). Propaganda Technique In World War I. MIT Press [in Ukrainian].
28. Franke H. (1964). Manipul'ovana lyudyna. *Brokkhauz*. 454 [in Ukrainian].
29. Shulska, N. M., Vozniak, O. O. (2022). Feikovi novyny yak element informatsiinoiivny. *Modern research in world science: proceedings of the 2nd International scientific and practical conference*. Lviv, 1015–1021. URL: <https://sci-conf.com.ua/ii-mezhdunarodnaya-nauchnoprakticheskaya-konferentsiya-modern-research-in-world-science-15-17-maya-2022-goda-lvov-ukrainaarhiv> [in Ukrainian].
30. Horbachova, A. O. (2022). Oberezhno Deepfake: yak suchasni tekhnolohii provokuiut politychni skandaly. *Informatsii neahentstvo YuNIAN*, 11 sichnia. URL: <https://www.unian.ua/society/oberezhno-deepfake-yak-suchasni-tehnologiji-provokuyut-politichni-skandali-novini-ukrajini-11667661.htm> [in Ukrainian].

Anikina Nataliya Borysivna, Applicant of the third level of higher education
in the specialty 052 “Political Science”, G. S. Skovoroda Kharkiv National
Pedagogical University, Ukraine

MANIPULATIVE TECHNOLOGIES IN THE HISTORY OF MODERN SOCIETY: DEFINITION, CONTENT AND FEATURES OF APPLICATION

The article considers the concept of «manipulation» from the point of view of various scientific approaches in the context of the historical development of society. Various methods of political manipulation (within its connection with propaganda as social and political phenomenon) and the directions of its influence on society are investigated, both in peacetime and during wartime, from its origins to the present.

Keywords: manipulation, propaganda, political manipulation, influence on public opinion, technologies of influence.

