

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

Голуб З.Д.

студент,

Національний університет «Львівська політехніка»

АНАЛІЗ ТА СПЕЦІАЛЬНА КЛАСИФІКАЦІЯ МАНІПУЛЯЦІЇ В ІНТЕРНЕТІ

В сучасному світі вибір вдалої комунікативної технології чи оперативне забезпечення інформацією відповідного спрямування є вирішальними у розв'язанні проблем різноманітної ваги і масштабу. Маніпулятивний вплив хоч і є ефективним способом досягнення успіху, але має переважно негативний характер. Саме тому дослідженню природи, факторів і передумов його здійснення, а також захисту від маніпуляції присвячено багато наукових праць. Для дослідження цього феномену застосовувалися різні підходи. Як результат існує багато визначень маніпуляції і синонімів до цього терміну. У цих тезах робиться спроба дати означення поняттю «маніпулятивний вплив» і виробити систему його класифікації, які можна було б використати для розробки алгоритму автоматизованого виявлення маніпуляцій у віртуальних спільнотах.

В лінгвістичних дослідженнях маніпуляцію визначають як «вид мовного впливу, який використовується для прихованого насадження в психіку адресата цілей, бажань, намірів, відношень або установок, відмінних від наявних в адресата в даний момент часу» [5; 6]. В політичному дискурсі використовуються такі синонімічні до маніпуляції поняття як «феномен контрольованого створення масовості» [7].

У визначеннях маніпуляції підкреслено її різні ознаки: Г. Франке виділяє в своєму визначенні ознаку таємності впливу [12]; Б. Бессонов наголошує на тому, що керування об'єктом здійснюється не за допомогою застосування сили, влади чи примусу, а об'єкт підкоряється, бо вважає нав'язану ідею власною і єдино правильною [3]; Стернін зазначає, що це вплив на людину з метою змусити її зробити щось несвідомо або наперекір своїм бажанням, намірам [11].

З метою специфікувати загальну класифікацію [8; 14; 15] маніпулятивного впливу для розгляду і систематизування маніпуляції в Інтернеті, розроблено класифікацію маніпуляції за такими ознаками.

- сфера застосування: в побуті, в кар'єрному рості, в торгівлі, в менеджменті, в політиці, в медицині (психотерапія).
- об'єкт: міжособистісна (індивідуальна і колективна), масова; В свою чергу міжособистісна поділяється за ієрархічним відношенням між агентом і об'єктом на: модератор – учасник, учасник – учасник.
- динаміка перебігу: поступова, блискавична.
- часові рамки: довготривала, недовготривала.
- спосіб сприйняття: аудіальна, візуальна, комбінована.
- залучення мовних засобів: вербальна, невербальна, змішана.

Реалізація маніпулятивних стратегій здійснюється через виконання певної послідовності продуманих кроків, які вирішують часткові завдання стратегії, тобто тактик. Базуючись на розробленій класифікації, маніпулятивні тактики об'єднано у групи за спільними ознаками. Ці ознаки, які можуть послужити індикатором маніпуляції в Інтернеті. Нижче наведений список груп тактик.

За способом подачі інформації:

- великі об'єми інформації;
- семантично ненасичена інформація;
- уривчаста подача інформації;
- подача інформації одночасно по різних каналах сприйняття [7; 10];
- одночасне висвітлення, що спричиняє інтерференцію змісту повідомлень;
- непослідовне висвітлення подій;
- чергування достовірної і недостовірної інформації;

За діями над змістом:

- замовчування;
- підбір фактів;
- викривлення;
- висвітлення під іншим кутом зору;

За характером породжених емоцій (з метою завадити об'єктивному сприйняттю) [1; 2; 4]:

- застосування комічного;
- нагнітання.

За використанням когнітивних елементів:

- базуються на наявній світоглядній моделі об'єкта;
- переконцептуалізація [9; 13].

Під час дослідження маніпуляції в Інтернеті, варто брати до уваги те що, вона поєднує в собі як традиційні елементи масової і міжособистісної маніпуляції, так і особливості зумовлені технічним аспектом. Саме такий комплексний підхід, дозволить розробити алгоритм виявлення маніпулятивного впливу в Інтернеті і уможливить вчасну протидію. Подальша розробка класифікації маніпуляцій в Інтернеті стане об'єктом наших подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Баранов А. Н., Паршин П. Б. Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средства воздействия на сознание / А. Н. Баранов, П. Б. Паршин // Роль языка в средствах массовой коммуникации. – М., 1986. – С. 100–143.
2. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений / Э. Берн; пер. с англ.; общ. ред. М. С. Мацковского. - СПб.: Лениздат, 1992. – 400 с.
3. Бессонов Б. Н. Идеология духовного подавления / Б. Н. Бессонов // – М., 1971.
4. Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти / Р. М. Блакар // – М., 1987.
5. Быкова О. Н. К вопросу о языковой манипуляции в СМИ / О. Н. Быкова // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Вып. 6. Красноярск; – Ачинск, 1998.
6. Быкова О. Н. Опыт классификации приемов речевого манипулирования в текстах СМИ // Речевое общение: Вестн. Российской риторической ассоциации: Вып. 1(9). Под ред. А. П. Сковородникова. – Красноярск, 2000.
7. Волкогонов Д. А. Психологическая война / Д. А. Волкогонов // - М., 1983.
8. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. – М., 1996. – 344 с.
9. Любимый Я.В. Современное массовое сознание; динамика и тенденции развития / Я.В. Любимый. – К., 1933. – С. 99.

10. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г.Г. Почепцов. – М., 1999.
11. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие / И. А. Стернин. – Воронеж, 2001.
12. Франк Г. Манипулируемый человек / Г. Франк. - М. 1964. – С. 83.
13. Шиллер Г. Манипулятори свідомості / Г. Шиллер. – М.; Думка 1980.
14. Goodin Robert E. Manipulatory Politics. New Haven, Conn.: Yale University Press, 1980.
15. Rudinow Joel, «Manipulation,» Ethics, vol. 88, № 4, 1978. – Pp. 338-347.

Смирнова М.В.

аспірант,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

РОЗУМІННЯ ПОНЯТТЯ СТИГМИ ЯК НЕГАТИВНОГО СОЦІАЛЬНОГО СТЕРЕОТИПУ

Ми живемо в світі стереотипів, які в значній мірі визначають нашу поведінку, моральні норми, ставлення до навколишнього світу, формують політичні, релігійні та світоглядні концепції.

Проблемі створення стереотипів присвячено багато робіт, зокрема науковці досліджують гендерний (Т.Б. Рябова, Є.П. Ільїн), етнічний (Т.Г. Стефаненко), психологічний (І.С. Кон, В.С. Агеєв), політичний (П.С. Гуревич), загальнонауковий (В.В. Ковальов, Ю.А. Сорокін), соціально-філософський (Н.П. Суходольська, О.А. Іванова) характер стереотипів, а також вплив ЗМІ на формування соціального стереотипу (М.В. Бутиріна, Н.А. Акопян).

Під соціальним стереотипом розуміють певні переконання та уявлення людини, сформовані конкретним соціумом у конкретний історичний період. Уявлення про один і той самий об'єкт чи явище може відрізнятися у різних людей чи груп людей у залежності від багатьох чинників: конкретних політичних, економічних умов, високого чи низького рівня культури, освіти, методів виховання, сімейних традицій, геополітичного положення тощо. [7, с. 57]. Це поняття було запропоноване американським науковцем У. Ліппманом, який писав: «стереотип настільки послідовно і авторитетно передається із покоління у покоління, що здається властивим фізіології індивіда» [6, с. 5].

Актуальність нашого дослідження полягає в тому, що соціальні стереотипи входять до складу наших переконань, світогляду, та часто є основою виникнення процесу стигматизації, який в подальшому викликає соціальне відторгнення, дискредитацію, приниження та дискримінацію індивіда чи групи.

Під стигматизацією розуміється процес або акт «клеймування», «приклеювання» стигми. Стигма – це соціальний атрибут, що дискредитує певного індивіда чи групу людей. За І. Гофманом, існують стигми тіла (наприклад, плями і потворності), стигми характеру (наприклад, гомосексуальність) і соціальних колективів (наприклад, раса чи віра) [2].

Стигма – це виражений негативний ярлик, який істотно змінює розуміння індивідом себе і своєї соціальної ідентичності. Термін «стигма» походить від давньогрецького слова «тавро» (клеймо наносили на людину, щоб відзначити якусь її негативну якість). Зараз поняття позначає приписування людям соціальної ідентичності на основі стереотипів.