

МАНІПУЛЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЄЮ ЯК ПРОЦЕС ВПЛИВУ НА ОСОБИСТІСТЬ

Корнієнко Ігор Олексійович

кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник

Український науково-методичний центр практичної

психології і соціальної роботи, Україна

Для того щоб пояснити термін «маніпулювання інформацією», необхідно розглянути саме поняття інформації, оскільки зазвичай його розуміють інтуїтивно. З цією метою найчастіше використовують аналогію з пірамідою: дані – інформація – знання. Дані це найменші елементи або символи (наприклад, цифри, літери) або неструктуровані факти, які в певному контексті – після обробка та інтерпретації — створюють інформацію. Оброблена інформація у конкретному контексті стає знанням. Сутність процесу інформаційної маніпуляції полягає в зменшенні ентропії (економія енергії) одержувача та прямому впливові на несвідоме, що змінює ставлення та поведінку реципієнта [3].

Важливим елементом інформаційної маніпуляції є лінгвістична маніпуляція. Для цього використовується відповідна добірка конкретних слів, конотації (додаткові смислові й стилістичні відтінки, які нашаровуються на основне значення слова), причому емоційно заряджені. Це викликає певний ефект: позитивні чи негативні емоції в одержувача інформації, нечіткий зміст. Евфемізми, метафори, порівняння та інші стилістичні засоби застосовуються у повідомлення в безособовій формі [2].

Маніпуляційна інформація в ЗМІ може подаватися в додатках у графічній формі як інфографіка, де має значення колір, композиція, обрамлення, іноді звукове супроводження.

Питання маніпуляції інформацією найчастіше розглядають в діяльності ЗМІ (преса, радіо, телебачення, Інтернет), а також у базових механізмах створення повідомлення — «створення інформації», тому не можна говорити про чисту об'єктивність процесу обміну інформацією. Відправник інформації, спираючись на реальність події, інтерпретує її за допомогою відповідних коментарів так званих «експертів», погляди яких відповідають профілю видання або цілям маніпуляції [1].

Слід зазначити, що ЗМІ мають не тільки інформаційну функцію. D. McQuail виділяє функції кореляції, безперервності, розваги та мобілізації. Кореляційна функція полягає в інтерпретуванні та коментуванні поданої інформації, прийнятті або неприйнятті норм, встановленні соціальних пріоритетів [8].

Забезпечення підтримки спільнот, певних культурних і суспільних цінностей відноситься до функції безперервності.

Розважальна функція ЗМІ – розваги та зниження соціальної напруги. Проведення різноманітних кампаній для конкретних цілей (наприклад, у сфері політики чи економічного розвитку) становить мобілізаційну функцію. Кожна з тих функцій вимагає використання іншого типу медіаповідомлень, а це означає багато можливостей для маніпулювання інформацією.

Маніпулювання інформацією реалізується за допомогою великої кількості методів. До найбільш поширених можемо віднести: неправдива, спотворена або

фрагментарна інформація (наприклад, вибірковий показ проблеми чи явища, що підвищує або зменшує його важливість); блокування або затримка передачі інформації; провокації (наприклад, примус до певної поведінки, опис подій зі специфічним підтекстом); висміювання людей, явищ, ситуацій тощо та поширення стереотипів (наприклад, національних або расових); стимуляція виникнення почуття страху або загрози в одержувачів інформації [7].

Результатом цього є контент, де неправдиве, мало важливе транслюється як дуже важливе і навпаки - важливе передається як безглузде. Розуміння та інтерпретація інформації ускладнюється вибірковістю, фрагментарністю, неоднозначністю, надлишком другорядних фактів, що призводить до перевантаження особистісного процесу сприймання [4; 5; 9].

Існують численні типології технологій маніпулювання інформацією. Найпоширенішими є три основні: псевдоінформація, дезінформація та параінформація [6].

Псевдоінформація — це та сама інформація, представлена різними способами (наприклад, використання слів-синонімів, які не мають змісту). Така процедура використовується для того, щоб створити враження множинності інформації. Псевдоінформація передбачає використання загальних назв, що стирає індивідуальні відмінності між явищами або подіями.

Дезінформація є неправдивою інформацією про події, яких ніколи не було або приховування певних фактів, метою чого є введення в оману реципієнта.

Параінформація є суб'єктивною інтерпретацією інформації, що може призвести як до позитивного (при правильному розумінні відправника інформації), так і негативного результату (наприклад, коли ми приписуємо наміри відправнику, які відрізняються від реальних або коли ми применшуємо чи перебільшуємо значення його слів).

Отже, можемо вважати, що сьогодні інформаційні технології супроводжуючи людське існування, покликані полегшити життя, виконання повсякденної професійної діяльності, оптимізувати навчання, розвиток особистості та багато інших аспектів життя. На жаль, інформаційний простір має багато ризиків. Особи, які більш сприйнятливі до всіх подразників і зовнішніх сигналів, довірливі, чутливі стають ідеальною мішенню для інформаційних маніпуляцій. Розвиток компетенцій у сфері інформаційних технологій є необхідною навичкою, яка забезпечує життєдіяльність та без якої неможливо ефективно функціонувати в суспільстві.

Список використаних джерел:

1. Банзерук А. С. Медіа-маніпуляції в засобах масової інформації. International Scientific Journal «Internauka» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15762360188239.pdf>.
2. Кушнір Д. М. Лінгвістичні засоби маніпуляції в медійному дискурсі та їх відтворення у перекладі друкованих, аудіо і відео текстів [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/handle/787878787814>.
3. Ривкінд Й., Лисенко Т., Чернікова Л., Шакоцько В. Інформація. Дані. Інформаційні процеси [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://naurok.com.ua/prezentaciya-povidomlennya-informaciya-dani-informaciyini-procesi-299563.html>.
4. W. Babik, O manipulowaniu informacją w prywatnej i publicznej przestrzeni informacyjnej, [w:] Człowiek, media, edukacja, E. Musiał, I. Pulak (red.), Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego im. KEN, Kraków 2011.

5. J. Bralczyk, Manipulacja językowa, [w:] Dziennikarstwo i świat mediów, Z. Bauer, E. Chudziński (red.), Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2007.
6. M. Golka, Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
7. Manipulacja. Pedagogiczno-społeczne aspekty, J. Aksman (red.), cz. 1, Interdyscyplinarne aspekty manipulacji, Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Kraków 2010.
8. D. McQuail, Teoria komunikowania masowego, tłum. M. Bucholc, A. Szulżycka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
9. M. Skała, Manipulacja odczarowana. 777 skutecznych technik wpływu. Wydawnictwo Helion, Gliwice 2015.