

3. Карбу О. Завдання для всіх: як Україні лобіювати своє членство в ЄС/ Карбу О// Українська правда. – 14.03.2019 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2019/03/14/7093930/>

4. Підлуська І. Україна в світовому інформаційному просторі // Українська журналістика в контексті світової: Зб. наукових праць. – К., 2001. – Вип.5

5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 року» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/554-2009-%D0%BF>

6. Чалий В. Міжнародний імідж України: оцінки експертів / В. Чалий // Національна безпека і оборона. – 2000. – № 3. – С. 17–26.

7. Богуш Д. В ЄСіснує стереотип України – тут все погано і нічогохорошого бути не може / Д. Богуш [Електронний ресурс]. – Режим доступу до джерела: <http://www.unn.com.ua/ua/exclusive/780305-d.-bogush:-v-es-ismue-stereotip-ukrayini---tut-vsepogano-i-nichogo-horoshogo-buti-ne-mogee>

Віталій Бень –

студент напряму «журналістика»
НУ «Львівська політехніка» ІНПП

Науковий керівник:

канд. н. з соц. ком., доц.
доцент кафедри ЖЗМК

М.О. Кіца

МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНИХ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ РЕАЛІТІ – ШОУ (НА ПРИКЛАДІ ПРОГРАМ ТЕЛЕКАНАЛІВ: “СТБ”, “НОВИЙ КАНАЛ”, “1+1” ЗА 2018 РІК)

У сучасному інформаційному світі ЗМІ виконують головну інформативну функцію в суспільстві. З розвитком засобів масової інформації вплив на людську свідомість починає зростати. Зараз ЗМІ є не лише способом висвітлення громадської думки, а й засобом її формування. В умовах інформаційного суспільства та глобалізації ЗМІ є не

просто суб'єктами впливу на масову свідомість, але й інструментом що здійснює безпосереднє формування самої свідомості. Як пише А. Моль, ЗМІ фактично контролюють усю нашу культуру, пропускаючи її через свої фільтри, виділяють окремі елементи із загальної маси культурних явищ і надають їм особливої ваги, підвищують цінність однієї ідеї, зменшуючи цінність іншої, поляризуючи таким чином усе поле культури.

Актуальність роботи: Жанр «живого шоу», або реаліті-шоу, сьогодні є одним із найперспективніших телевізійних жанрів, моделюючи в собі різні елементи гри в реальність: гри-талану, гри-змагання, гри-симуляції тощо, проте на відміну від адміністративних чи побутових, маніпуляції інформаційним потоком майже повністю безконтрольні. На рівні державних каналів комунікацій цим успішно займаються найвищі посадовці, вважаючи маніпуляцію органічним і необхідним елементом політики та урядування. А реаліті-шоу – це така собі ментальна "жуйка", і взагалі складно вигадати ситуацію, в якій від них була б якась користь. Люди, замість того, щоб обговорювати реальні важливі події в житті власному і житті країни, починають обговорювати, хто за кого вийшов заміж у "Холостяку". А через підміну реального та віртуального створюється небезпечна ілюзія, що ти живеш цікавим життям і при цьому зберігаєш лінивий комфорт, сидячи вдома на канапі. Ніби не маєш докладати жодних зусиль.

Мета роботи: визначити цілеспрямований вплив засобів масової інформації на громадську думку. Виокремити основні методи та прийоми, спрямовані на зміну свідомості та поведінки громадян задля досягнення певних цілей. Описати основні маніпулятивні технології, що використовуються сучасними в ЗМІ.

Маніпуляції є предметом дослідження різних наук – психології, політології, теорії соціальних комунікацій. Психічні складові маніпуляцій, особливостей свідомості і підсвідомості людини в умовах взаємодії розроблялись так чи інакше в працях З. Фрейда, Г. Леона, В. Бехтерева, К.-Г. Юнга та інших класиків психології. Поняття маніпуляції як наукової категорії було введено в обіг у 40–50-х роках ХХ ст. західними політологами. На сьогодні серед науковців, які досліджували психологічний аспект маніпулятивного впливу, можна виділити праці Є. Доценка, Г. Грачова, І. Мельника, В. Панкратова, Г. Почепцова. У свою чергу С. Кара-Мурза, А. Цуладзе, В. Авченко, В. Лисичкін, А. Моль, О. Філатов, Л. Шелелін досліджували політичний аспект маніпулювання свідомістю.

Мас-медіа привчають людину мислити стереотипами і знижують інтелектуальний рівень повідомлень так, що вони перетворилися на інструмент отупіння. Цьому послужив головний метод закріплення

потрібних стереотипів у свідомості – повторення. Таке повторення формує у людини переконаність – це не просто інформаційний вплив. Він формує цілком певні стереотипи і через них думки і погляди. У подібних випадках таке переконання-стереотип позбавлено гносеологічної основи. Під впливом збуджуваних емоцій і афектів неістинне і навіть абсурдне може здаватися правильним, воно, будучи недоказовим логічно через об'єктивну неправильність при інформаційному впливі подібного роду інформації, стає суб'єктивно прийнятним.

ЗМІ мають справу з інформацією, і саме контроль за інформацією дає змогу маніпулювати масовою свідомістю, створювати у ній модель вигідної суб'єкту впливу дійсності та вирішувати, які проблеми на сьогодні є найбільш актуальними. Штучно продукується таке явище, як медіа-свідомість (тобто свідомість, заснована на хибних цінностях, маніпулятивних інтерпретаціях, подвійній моралі), коли реальність, пропонована ЗМІ, відрізняється від дійсної. Громадська думка через медіа-свідомість значно спотворюється.

Сьогодні поширенню сфери комунікації сприяють все більш новітні засоби технології, а особливо інтернет. Телебачення як найбільш впливовий сегмент медіапростору представляє найкращу перспективу для налаштування комунікації за допомогою синестезії, що налагоджує контакт між інформацією та аудиторією, а також повністю задовольняє очікування кожного глядача до якогось епатажу чи несподіванки, а якщо говорити про реаліті-шоу, задовольняє дух змагання, гри, азарту чи навіть виклику.

Реаліті-шоу характеризується двоплановістю, зумовленою специфікою жанру – балансує між показом дійсності та перебудовою дійсності, участь у ньому автоматично запускає механізм роздвоєності в поведінці людини, яка перебуває на маргінесі квазіреальності. Постійний супровід камер тримає людину на межі себе-гравця та себе-справжньої, і справжність починає виходити назовні поступово, коли людина, не професійний актор, втомлюється постійно працювати на камеру. Можна говорити про вихід назовні справжньої *habitus* – сутності людини у раптових непередбачених ситуаціях, на які реаліті-шоу плідні, провокуючи переважно їх самі.

На відміну від реаліті-шоу «Зважені та щасливі» телеканалу СТБ, «Міняю жінку» на 1+1 тощо, що відповідають визначенню реаліті-шоу як «шоу життєвого світу (Г. Гуссерль), повсякденності, яка масштабується, препарується, проявляється, як у мистецтві фотореалізму, укрупнена, трансформована за допомогою об'єктива», романтичні реаліті-

шоу, зокрема проект «Холостяк» телеканал СТБ, не зовсім відповідають наведеним вище рисам, оскільки роблять ставку не на фіксації повторюваної повсякденності, а на створенні альтернативної реальності, хоча загалом будь-яке реаліті-шоу і є віртуальною реальністю.

Отже, реаліті-шоу в основному побудовані на хорошому знанні людської психіки і мають високі рейтинги. З одного боку, це бізнес-проект, а з іншого – політичний, який спрямовує вихід суспільної енергії замість реальних справ на телевізор. Люди мінімізують свій потенціал та послаблюють претензії до влади. За великим рахунком це спосіб відсторонення від реальних речей, або ж засіб позбавлення вольових рішень більшої частини суспільства.

Література

1. *Іванов В. Ф. Соціологія масової комунікації: Навч. посіб. / Валерій Феліксівич Іванов. – Черкаси: Вид-во ЧДУ, 2003.*
2. *Карлова В.В. Вплив засобів масової інформації на формування української національної свідомості.*
3. *Саморукова О. Маніпулятивні технології у висвітленні зарубіжними ЗМІ ситуації в Україні / О. Саморукова // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського : зб. наук. пр. / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2017. – Вип. 48. – С. 351–359.*
4. *Варій М.Й. Специфічні форми і методи впливу на електорат // Політико-психологічні передвиборчі та виборчі технології": навч.посіб. -- Київ. -- Ельга, Ніка-Центр. -- 2003.*
5. *Шиллер Г. Манипуляторы сознанием / Пер. с англ.; Науч. ред. Я.Н. Засурский. – М.: Мысль, 1980.*