

## СУЧАСНІ МАНІПУЛЯЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВПЛИВУ НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ

**Руда Леся Андріївна,**

кандидат політичних наук,

асистент кафедри політології та філософії

Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка

ORCID ID: 0000-0001-5008-2751

**Віннічук Ольга Василівна,**

кандидат політичних наук,

доцент кафедри політології та філософії

Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка

ORCID ID: 0000-0003-1579-4010

*В епоху інформаційного протистояння та розвитку інформаційного суспільства дослідження маніпуляційних технологій впливу на громадську думку займає особливе місце в наукових дослідженнях політологів, соціологів, психологів, журналістів, фахівців з інформаційної безпеки, цифрових технологій тощо. Вербальні та невербальні технології впливу на людську свідомість та несвідомість досліджуються останніх півтора століття, проте наслідки цих комунікаційних процесів ще й досі залишаються малодослідженими, а тому потребують ґрунтовного теоретичного та практичного аналізу, що особливо актуально з поширенням маніпуляційних технологій у класичних ЗМІ та соціальних мережах.*

*Проблема ролі та значення інформаційного впливу, який здійснюють ЗМІ на формування громадської думки, перебуває у постійному полі зору як українських, так і закордонних дослідників. ЗМІ все частіше реалізують не завдання інформування аудиторії, а транслюють для широкої громадськості думки політиків, державних діячів, представників громадських організацій чи опозиції, що фактично перетворюється з інформування на маніпулювання.*

*В умовах ведення інформаційного протистояння, моніторинг засобів масової інформації на рівень маніпуляційних матеріалів дає змогу проаналізувати ступінь впливу на свідомість громадян. Технології впливу на громадську думку з кожним роком розвиваються та стають більш доступними, а тому визначаються як один із пріоритетів внутрішньої інформаційної політики більшості держав світу, зокрема й України.*

*Використовуючи емпіричні та теоретичні методи, автори не лише описали та проаналізували найпоширеніші технології впливу на громадську думку, а й визначили, що вплив на свідомість здійснюється на основі ієрархічної моделі. Використання маніпуляційних технологій передбачає не лише формування ставлення до певної ідеї, події чи індивіда в конкретній ситуації, а й вплив на систему цінностей та переконань, що використовується не лише з метою дискредитації суспільно-політичних інституцій, а й для підтримання порядку всередині держави.*

**Ключові слова:** громадська думка, інформація, маніпуляційні технології, дезінформація, спін-докторін, саунд-байт, стереотипізація.

**Ruda L. A., Vinnichuk O. V. Modern manipulation technologies influence public opinion**

*In the era of informational confrontation and the development of the information society, the study of manipulative influence technologies on public opinion holds a prominent place in the academic research of political scientists, sociologists, psychologists, journalists, and specialists in information security and digital technologies. Verbal and non-verbal techniques of influencing human consciousness and the subconscious have been studied for the past one and a half centuries. However, the consequences of these communicative processes remain insufficiently explored and thus require thorough theoretical and practical analysis – a necessity that becomes increasingly urgent amid the growing use of manipulative techniques in both traditional mass media and social networks.*

*The issue of the role and significance of informational influence exerted by the media in shaping public opinion remains a constant focus of both Ukrainian and international scholars. Mass media are increasingly shifting away from the task of informing audiences and are instead broadcasting the views of politicians, state officials, representatives of civic organizations, or the opposition to the broader public – effectively transforming information dissemination into manipulation.*

*In the context of ongoing informational confrontation, monitoring media content for manipulative materials allows researchers to assess the degree of influence on citizens' consciousness. Each year, the analysis of technologies used to influence public opinion becomes more advanced and accessible, and thus is recognized as one of the strategic priorities of the internal information policy of most countries worldwide, including Ukraine.*

*By employing both empirical and theoretical methods, the authors not only described and analyzed the most widespread techniques of influencing public opinion but also established that such influence is exercised based on a hierarchical model. The use of manipulative technologies entails not only shaping attitudes toward specific ideas, events, or individuals in particular contexts, but also influencing value systems and belief structures. These technologies are applied not only to discredit socio-political institutions, but also to maintain internal order within the state.*

**Key words:** *public opinion, information, manipulative technologies, disinformation, spin doctoring, sound bite, stereotyping.*

**Актуальність дослідження.** XXI ст. є епохою інформаційних воєн, а тому дослідження впливу на громадську думку через медіа викликає інтерес у науковців та практиків. Інформаційна діяльність ЗМІ впливає на інтереси і потреби кожного члена суспільства не лише через інформування аудиторії, а й через здійснення цілеспрямованого впливу на формування ставлення до актуальних подій, формування ідейних позицій та соціальних установок.

В умовах тотальної маніпуляції інформацією та поширення дезінформації у ЗМІ, важливо вміти розпізнавати і протистояти сучасним маніпуляційним технологіям. Важливим інструментом такої протидії залишаються науково-популярні заходи (вебінари, семінари), тренінгові програми, просвітницька робота, які сприяють підвищенню рівня медіаграмотності серед громадськості. Такі заходи спрямовані на роз'яснення конкретних прикладів використання маніпуляційних технологій, достовірності викладеного матеріалу та необхідності перевірки джерел інформації. Інтернет та соціальні мережі нині перетворилися на потужні інструменти впливу на громадську думку через розповсюдження як правдивої, так і маніпулятивної інформації завдяки швидкісному її поширенню, відсутності жорстких редакційних фільтрів, персоналізації контенту та можливостям його вірус-

ного поширення. Таким чином, в умовах гібридних війн, які набули особливої актуальності в XXI ст., зокрема російсько-української війни, важливим є поширення якісно нових знань щодо застосування та виявлення маніпуляційних технологій у публічному просторі, їхнього впливу на формування громадської думки та формування механізмів захисту від нав'язливого контенту.

**Мета статті** – аналіз сучасних маніпуляційних технологій впливу на громадську думку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблема розвитку та використання маніпуляційних технологій впливу на громадську думку постійно перебуває у полі зору як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Із розвитком інформаційного складника ведення протистояння між державами маніпуляційні технології розглядаються в контексті конфліктології, політології, журналістики та психології.

Аналізуючи останні дослідження в контексті даної проблематики, можна відзначити публікаційну активність, присвячену розвитку маніпулятивних технологій у соціальних медіа (М. Гришин), особливостям прояву маніпуляційних технологій під час виборчого процесу (Т. Мадрига, А. Бриндальський), проявам політичного маніпулювання в умовах інформаційного суспільства (А. Вакуленко) тощо. Аналізуючи маніпуляційні

технології впливу на громадську думку, більшість сучасних дослідників розглядає даний процес у контексті вузького предмету дослідження, зосереджуючи свою увагу на філологічних, інформаційно-технологічних, економічних, безпекових чи електоральних проблемах.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сучасні глобалізаційні виклики та зростання рівня конфліктності сприяють трансформації видів і масштабів впливу на громадську думку мас-медіа. Охоплюючи практично всі сфери суспільного життя, ЗМІ стають джерелом та інструментом формування громадської думки шляхом трансляції для широкої аудиторії позицій міжнародної спільноти.

Маніпуляційні технології – поняття, яке використовують у політичних науках, соціальній психології і соціології для позначення комплексу інструментів цілеспрямованого впливу певного типу на масову свідомість та підсвідомість. Маніпуляційні технології впливу на формування поведінки індивіда реалізуються на рівні окремої групи чи суспільства у цілому. Маніпуляційні технології, що спрямовані на окремі групи, передбачають залучення до обговорення важливих питань соціальних груп, з якими індивід безпосередньо контактує та обговорює проблеми, на поглиблення чи вирішення котрих зосереджений даний вплив. Набагато складнішим є суспільний рівень впливу маніпуляційних технологій, адже він передбачає формування ставлення до певної події чи об'єкта у широких верств населення, при цьому такі маніпуляції передбачають довготривалий ефект. Вплив ЗМІ на суспільство передбачає утвердження у суспільстві чи у його частині певних ставлень, переконань та тверджень, що відповідають інтересам «замовників».

Маніпуляційні технології, впливаючи на громадську думку, проходять замкнутий цикл, першими етапами якого є ідентифікація цільової аудиторії та розроблення маніпуляційних повідомлень; вибір способу донесення інформації до респондентів та визначення частоти повторення цієї інформації;

завершальними етапами є моніторинг та аналіз результатів маніпуляції, формування методів зворотного зв'язку [1].

Сучасні маніпуляційні технології зосереджують свою увагу на «спеціальних» подіях, подають інформацію під різними кутами зору, що впливає на її сприйняття громадськістю або штучно акцентують увагу до окремих подій, ігноруючи інші, що є не менш значущими. Таке вибіркове висвітлення новин апелює до емоційної аудиторії, яке ґрунтується на відчутті страху, гніву радості чи надії та має на меті спонукати громадськість до підтримки політичних рішень або ж, навпаки, протесту. Маніпулювання шляхом подання неповної інформації, викривлення фактів, поширення неправдивої інформації, апелювання до фактів із недостовірним їх трактуванням чи до думки «авторитетних» експертів використовуються як традиційними ЗМІ, так і онлайн-платформами. Тому з метою ефективної протидії маніпулятивним технологіям громадською думкою важливими є критичне мислення, медіаграмотність, включеність у соціально-політичні процеси розвитку сучасного суспільства тощо. Складність та швидка еволюція маніпуляційних технологій вимагають постійного аналізу та розроблення ефективних стратегій протидії, що неможливо без детального аналізу актуальних технологій впливу на громадську думку, зокрема:

#### *1. Соціологічні опитування.*

Соціологічні опитування під час маніпулювання громадською думкою доцільно розглядати у контексті:

1) участі громадян в опитуванні під час онлайн-трансляції інформаційного повідомлення/передачі;

2) опитування, що проводиться до прямої трансляції передачі чи виходу друкованого видання.

У першому випадку вимірюється ставлення глядачів до позицій запрошених гостей чи певної події у форматі «підтримую – не підтримую» або «так – вагаюся – ні». Оприлюднюючи результати, дослідники досить часто замовчують факт про те, що таке опитування не носить репрезентативний характер.

Співставлення результатів опитування глядачів у студії та глядачів за екранами і поширення отриманих результатів на громадськість загалом, а також невірне трактування результатів посилюють формування у суспільства сприйняття обговорених подій згідно з оцінками «меншості», тобто глядачів.

Опитування, що проводиться до прямої трансляції передачі чи виходу друкованого видання, відбувається за допомогою соціальних мереж, Інтернет-ресурсів або ж шляхом безпосереднього анкетування в громадських місцях. Використання перших двох способів отримання результатів також не несе репрезентативності, оскільки відбувається досить стихійно. Опитування в громадських місцях, за умови дотримання соціологічної вибірки респондентів, може містити репрезентативні дані, проте часто також носить стихійний характер та відображає настрої лише незначної частини населення. Однак такий вид опитування дає змогу сформулювати відкриті запитання, а отже, представити більш якісне відображення ставлення суспільства чи його частини до певної проблеми/питання.

Окремим елементом маніпулювання шляхом соціологічних опитувань є трактування їх результатів відповідно до поставлених цілей перед початком опитування, тобто, незважаючи на отримані результати, представники окремих ЗМІ можуть трактувати їх на власний розсуд.

## 2. Спін-докторін.

Однією з найскладніших технологій управління інформацією, яка пов'язана з фрагментацією інформаційного матеріалу та зосередженням уваги реципієнтів на так званих «гарячих новинах», є спін-докторін. Спін-докторін акцентує свою увагу на вербальній комунікації, використовує «м'які» методи впливу на аудиторію шляхом зміни акцентів в інформаційному повідомленні використовуючи наявні факи, а тому досить часто термін «спін-докторін» і термін «маніпулювання» ототожнюються [2].

А. Тернова і В. Єфименко зазначають, що сучасний спін-докторін найчастіше використовує такі техніки, як:

- «затримання «поганої» інформації, коли негативна інформація для населення затримується, це дає змогу не лише підготувати громадську думку до її появи, а й у низці випадків уникнути її оприлюднення;

- неоднозначне інформування, коли на вкрай негативне за змістом повідомлення може накладатися таке ж із «найпозитивнішим» для певної аудиторії;

- відвернення чи розсіювання уваги аудиторії;

- паралельне нарощування «вигідної» токсичності, коли негативні дії, вчинки тощо однієї сторони можуть бути виправдані в інформаційному полі світової громадської думки існуванням подібних чи з більшим негативом з іншого боку;

- реінтерпретація власної негативної ситуації;

- вкраплення елементів природності у штучно створені ситуації;

- ізоляція опонента» [3].

## 3. Саунд-байт.

Саунд-байт у буквальному перекладі означає «звуковий фрагмент» і використовується шляхом виділення яскравої фрази чи висловлення з виступу й подальше застосовування даного фрагменту в підведенні висновків аналітичної програми, ток-шоу та у теленовинах.

Саунд-байт виник наприкінці 1970-х років у США і традиційно пов'язаний із радіомовленням та телебаченням. Із розвитком комп'ютерних технологій саунд-байт став використовуватися як прикріплений аудіо- чи відеофайл, що містить цитату для підтвердження викладеного матеріалу, а в друкованих засобах масової інформації – як цитата або візуально-графічне зображення.

Саунд-байт – це яскравий приклад маніпуляції, адже наведений фрагмент досить часто є відірваним від загального контексту виступу та використовується для підтвердження позитивного виступу доповідача або ж негативного ставлення до когось/чогось із боку опонента.

У 2013 р. Національна спілка журналістів України прийняла «Кодекс

етики українського журналіста», де в пункті 8 прописала, що «редакційна обробка матеріалів, включаючи знімки, текстівки, заголовки, відповідність відеоряду та текстового супроводу тощо, не повинна фальсифікувати зміст» [4]. Проте якщо журналісти несуть відповідальність за достовірність публікацій, то політичні та громадські діячі активно використовують саунд-байт на своїх сторінках у соціальних мережах для маніпулювання громадськістю. Найчастіше ця технологія використовується під час виборчих кампаній та інформаційних воєн між опонентами чи між державами.

*4. Стереотипізація, або ж використання соціальних стереотипів та апелювання до них.*

Стереотип – це певний шаблон мислення, кліше, що ґрунтується на забобонах, традиційних уявленнях про щось/когось та має мало спільного з реальністю.

Використання стереотипів як маніпуляційної технології було описано в 1920-х роках автором праці «Громадська думка» У. Ліппманном. Обґрунтовуючи термін «стереотип» із погляду психології, У. Ліппманн зазначає, що більшість інформації, яку отримує суспільство, побудована на поєднанні нових фактів та вже існуючої інформації. Для спрощення засвоєння нової інформації вона подається шляхом апелювання до вже існуючих стереотипів, які діють як захисна функція свідомості, з котрими індивід асоціює навколишній світ.

Стереотипізація як маніпуляційна технологія використовується з метою формування позитивного чи негативного ставлення у суспільства до певної події, особи чи процесу. При цьому слід зазначити, що апелювання до шаблонного мислення не притаманне одній людині, а найчастіше носить масовий характер, тому під час використання стереотипів «технолог – маніпулятор» звертається до суспільства у цілому чи її окремої групи.

Довготривалість стереотипів базується на частковому відображенні реальності та її викривленні відповідно до інтересів соціуму. Руйнування сте-

реотипів триває десятиліттями та століттями, а тому апелювання до них є популярною маніпуляційною технологією, що широко використовується в різних державах [5].

*5. Дезінформація.*

Під дезінформацією розуміють процес поширення інформації, яка ґрунтується на чутках і даних, отриманих від анонімних джерел, соціальних та політичних міфів, достовірність яких неможливо перевірити, а також інформації, яка вже викликала чи прогнозовано здатна викликати емоційний резонанс серед громадськості.

В.М. Брижко та О.П. Дзьобань зазначають, що основою будь-якої дезінформації й маніпуляції є «брехня» (те, що повністю не відповідає істині, вигадка) і «обман» (приховання чи спотворення існуючої інформації), які використовують «блеф», «хитрість» та «махінацію». Хоча всі наведені терміни є близькими за своїм змістом, проте вони розрізняються за своєю суттю:

– Блеф – це більш широке поняття, яке ґрунтується на введенні реципієнтів в оману про подію, річ чи людину шляхом вербального та невербального донесення їй оманливої інформації.

– Хитрість – це приховання чи незрозуміле пояснення чого-небудь.

– Махінація – це нечесний спосіб досягнення поставленої мети [6].

Незважаючи на різноманіття понять, дезінформація завжди ґрунтується на брехні й обмані, на хибних та спотворених аргументах, недостовірних фактах і не підтвердженій реальними доказами інформації. Використання маніпуляційних заголовків (які привертають увагу до публікації без сенсаційного змісту, т. зв. «фейк-клікбейт»), підвищена емоційність під час викладу тексту (зміст якого базується не на логічному та аргументованому викладі матеріалу, а на його емоційному забарвленні), текстів, що висвітлюють «теорії змови» (інформація від невідомих інсайдерів подається без логічного обґрунтування та підтвердження), повністю вигаданих, фейкових, матеріалів – не лише засіб маніпуляції громадською думкою, а й спосіб

пропаганди нормативних актів, спрямованих на «викривлення» свідомості населення та виправдання протизаконних дій влади.

#### 6. Міфологізація.

Міфологізація тісно поєднана з дезінформацією та ґрунтується на маніпулюванні інформацією. Відмінними рисами міфологізації є створення чи викривлення вже існуючої інформації та постійне її підкріплення фактами, які не мають підтвердження.

«Міфологізація – це процес створення такої інформації про об'єкт і поширення про нього відомостей у такому напрямі, у якому імідж об'єкта обростає усе новими і новими атрибутами, що підсилюють та автоматично спрямовують його вплив на маси» [7]. Тобто міфологізація – це приклад нашарування дезінформації одна на одну з метою створення певного образу.

Використовуючи стереотипи, архетипи і порівняння з історичними подіями та особами, міфологізація впливає на свідомість мас шляхом «програмування» підсвідомості на сприйняття певних подій чи осіб відповідно до заданих установок. Під час електоральної кампанії міфологізація використовується для створення іміджу політичної сили чи її лідера з метою посилення власного іміджу та нівелювання іміджу опонента [8].

#### 7. Техніка «Сендвіч».

Техніка «Сендвіч» ґрунтується на комбінуванні позитивної та негативної інформації у відносно рівних пропорціях, що дає змогу сприймати отриману негативну інформацію, проте завдяки одночасно поданій позитивній інформації не сприймає весь сенс негативу.

Прийнято розрізняти отруйний (коли приховується позитивна інформація між шарами негативної інформації, що робить її непомітною) та цукровий (коли негативна інформація розміщується між шарами позитивної інформації, що робить її менш вагомою) «сендвіч» [9].

Слід відзначити, що техніка «сендвіч» активно використовується під час висвітлення новин як у друкованих, так і в онлайн, медіа, і не завжди використовується як маніпуляційна технологія.

Чергування позитивних і негативних новин покликане зменшити психологічну напругу в соціумі, а також збалансувати позитивні та негативні новини. Водночас використання техніки «сендвіч» під час висвітлення конкретних новин, тобто використання техніки у самому репортажі, розуміється як маніпуляційна технологія.

#### 8. Буденна розповідь.

Важливим маніпуляційним елементом подачі інформації є побудова виступу з елементами буденної розмови спікера з аудиторією. Технологія буденної розмови дає змогу створити ефект присутності, тобто доповідача сприймають як безпосереднього очевидця подій, про які він розповідає.

Технологія «буденна розповідь», яка ґрунтується на емпатії аудиторії та створює ілюзію об'єктивного висвітлення поданої інформації, використовується для посилення уваги до конкретних аспектів інформаційного повідомлення, що за звичайних обставин може бути проігноровано аудиторією, та для штучного зменшення значення новини, перетворюючи її у ранг звичайних подій, які не заслуговують на додаткову увагу. Цей прийом використовується як у друкованих ЗМІ (під час інтерв'ю чи цитування першоджерел), так і в телевізійних програмах та ток-шоу, де формат розповіді використовують не лише «очевидці події», а й експерти чи аналітики [10].

#### 9. Ефект ореола та ефект бумеранга.

Ці дві технології хоча і є різними за своїм змістом, проте протилежні. Ефект ореола та ефект бумеранга – це психологічні ситуації, які здійснюють вплив на поведінку індивіда через когнітивне маніпулювання.

Ефект ореолу ґрунтується на побудові судження про особу, подію чи явище на основі первинних, поверхових суджень. Відсутність достатньої кількості інформації, поспішність у прийнятті рішення, відволікання на зовнішні чинники, а також стереотипізація сприяють формуванню в аудиторії сприйняття когось чи чогось на основі раніше отриманої інформації, переказів інших осіб і на основі первинного враження, що сприяє

маніпулюванню індивідуальною та суспільною свідомістю.

Ефект бумерангу виникає, коли під час сприйняття інформації особа робить її оцінку в протилежному напрямі, ніж це передбачалося, або агресивно реагує на співрозмовника під час отримання суперечливої інформації. Як показує практика, чим активніше доноситься інформація до індивіда, тим агресивніше він до неї ставиться.

#### 10. «Обхід із флангу».

Технологія «обхід із флангу» схожа за своєю суттю на технологію «сендвіч», проте передбачає дозування достовірних фактів із вигаданими. Акцентування уваги на точних даних, які легко будь-кому перевірити, дає змогу створити образ реальності висвітленої інформації [11].

Під час аналізу маніпуляційних технологій впливу на громадську думку доцільно також згадати такі прийоми, як: «тримай злодія», емоційний резонанс, констатація факту, інформаційна блокада, коментарі тощо. Зазначені прийоми використовуються для створення інформаційної реальності, яка досягається фальсифікацією інформації, її повторенням та регулярним апелюванням до неї.

Незважаючи на різноманітність технологій впливу на громадську думку, більшість із них використовує однакові маніпулятивні тактики, які базуються на хибній аргументації фактів та створенні власної інформаційної реальності, зокрема:

- створюють уявні загрози та підстави для звинувачення опонента;
- формують певний емоційний настрій серед аудиторії;
- використовують погрози, шантаж, лестощі як по відношенню до аудиторії, так і в контексті подачі інформації;
- застосовують нейролінгвістичне програмування, нагнітання панічних настроїв та сильних емоцій гніву чи радості тощо [12].

Використання одного чи комплексу тактик у різних маніпуляційних технологіях посилюється шляхом їх неодноразового повторювання та створення вірусного ефекту.

На основі проаналізованих маніпуляційних технологій впливу на громадську думку та враховуючи комплексність використання, доцільно їх розглядати відповідно до впливу на свідомість індивіда, що дає підстави для формування ієрархічної класифікації маніпуляційних технологій, яка ґрунтується на когнітивно-оціночних, інформаційно-комунікаційних та емоційно-психологічних особливостях формування громадської думки.

На думку авторського колективу, ієрархічна класифікація передбачає можливість використання маніпуляційних технологій у різних комбінаціях для посилення ефекту кожної з них і формування необхідної громадської думки:

- емоційно-психологічні методи впливають на емоції, реакції індивіда та суспільства на осіб, події чи ідеї, сприймають інформацію через образи (емоційний складник);
- інформаційно-комунікаційні методи ґрунтуються на викривленні фактів та переформулюванні інформації з метою зміни мислення через побудову нових причинно-наслідкових зв'язків;
- когнітивно-оціночні методи закріплюють уже сформовану у свідомості картину світу, уявлення про особу, подію чи ідею.

Ієрархічна класифікація маніпуляційних технологій дає змогу зрозуміти механізми впливу на свідомість індивіда з метою інформаційної маніпуляції та впливу на громадськість, управління масовими настроями та легітимації рішень.

**Висновки.** Маніпуляційні технології, які були невід'ємною частиною соціально-політичного життя людства впродовж століть, сьогодні застосовуються як засіб впливу на суспільство на свідомому та підсвідомому рівнях. Маніпуляційні технології у XXI ст. розглядаються не лише як засіб примусу суспільства до виконання певних дій чи підтримки/протистояння певним силам. Опитування, спін-докторін, саунд-байт, міфологізація, техніки «сендвіч», буденна розповідь чи «обхід із флангу» можуть використовуватися як у нега-

тивному, так і в позитивному руслі. Досить часто маніпуляційні технології застосовуються для підтримки стабільності в суспільстві, контролю населення під час кризових ситуацій, мобілізації населення для вчинення певних дій чи протистояння спільній загрозі, формування у суспільства відчуття комфорту і впевненості в діях уряду та для розуміння варіантів поведінки під час кризових ситуацій.

Хоча маніпуляційні технології і мають позитивні аспекти, потрібно пам'ятати, що, перш за все, вони спрямовані на обмеження свобод індивідів, викривлення інформації та зловживання владою, а тому в сучасних реаліях потрібно не лише знати про різноманітні маніпуляційні технології, що використовуються, насамперед, засобами масової інформації, а й уміти протистояти їм, тобто збільшувати власну інформаційну обізнаність.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Грабовський С.І. Маніпуляційні технології. *Енциклопедія сучасної України* / редкол.: І.М. Дзюба та ін. Київ : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2018. URL: <https://esu.com.ua/article-63455> (дата звернення: 15.01.2025).
2. Ladd M.J., Lenz G.S. Exploiting a Rare Communication Shift to Document the Persuasive Power of the News Media. *American Journal of Political Science*. 2009. № 53(2). С. 394–410. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2009.00377.x> (дата звернення: 16.01.2025).
3. Тернова А., Єфименко В. Спіндокторінг як інструмент сучасної політичної технології. *Держава та регіони. Серія «Соціальні комунікації»*. 2022. № 2(50). С. 131–135. DOI: [https://doi.org/10.32840/cru2219-8741/2022.2\(50\).16](https://doi.org/10.32840/cru2219-8741/2022.2(50).16) (дата звернення: 15.01.2025).
4. Кодекс етики українського журналіста. URL: <https://web.archive.org/web/20170420235423/http://www.nsj.org/page/196> (дата звернення: 15.01.2025).
5. Полторак В.А., Зоська Я.В., Стадник А.Г. Соціальні стереотипи і громадська думка. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2021. № 27. С. 115–122. DOI: <https://doi.org/10.32837/apfs.v0i27.931> (дата звернення: 10.01.2025).
6. Брижко В.М., Дзьобань О.П. Дезінформація як фактор маніпулювання свідомістю. *Інформація і право*. 2023. Т. 2. № 45. С. 50–63. DOI: [https://doi.org/10.37750/2616-6798.2023.2\(45\).282318](https://doi.org/10.37750/2616-6798.2023.2(45).282318) (дата звернення: 10.01.2025).
7. Березюк С., Березюк Ю., Годя О. Маніпулятивні технології та особливості їх прояву в суспільно-політичних процесах. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2024. № 4(13). С. 26–32. DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.13-4> (дата звернення: 10.01.2025).
8. Барна Н.В. Імідж як міфологічний архетип: філософсько-естетичний аналіз. *Мультиверсум. Філософський альманах*. 2008. Вип. 69. С. 218–231.
9. Швець Д. Суспільна важливість дослідження маніпулятивних технік медіа. *Суспільно-політичні цінності сучасної людини*. Тернопіль : Studia Methodologica – Крок, 2022 (Школа Відкритого Розуму. Т. 13). С. 5–12.
10. Костельнюк М.М. Маніпуляційні технології в політичних процесах: термінологічний інструментарій. *Грані*. 2018. Т. 21. № 5. С. 123–132. DOI: <https://doi.org/10.15421/171877> (дата звернення: 15.01.2025).
11. ЦПД пояснює, як працює механізм «обходу з флангу» в дезінформації. URL: [https://cpd.gov.ua/glossary/mechanisms/czpd\\_royasnyuye-yak-praczuuye-mehanizm-obhod/](https://cpd.gov.ua/glossary/mechanisms/czpd_royasnyuye-yak-praczuuye-mehanizm-obhod/) (дата звернення: 26.01.2025).
12. Гришин М. Маніпулятивні технології у соціальних медіа: основні тактики. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Філологія*. 2024. № 3(13). С. 17–26. DOI: <https://doi.org/10.32689/maur.philol.2024.3.2> (дата звернення: 15.01.2025).

#### REFERENCES:

1. Hrabovskyi, S.I. (2018). Manipuliatsiini tekhnolohii [Manipulative Technologies]. *Entsyklopediia Suchasnoi Ukrainy – Encyclopedia of Modern Ukraine*. Retrieved from <https://esu.com.ua/article-63455> (accessed January 15, 2025). [in Ukrainian].
2. Ladd, M.J. & Lenz, G.S. (2009). Exploiting a Rare Communication Shift to Document the Persuasive Power of the News Media. *American Journal of Political Science*. 2009.

№53 (2). С. 394–410. Retrieved from <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2009.00377.x> (accessed January 16, 2025).

3. Ternova, A. & Yefymenko, V. (2022). Spindoktorinh yak instrument suchasnoi politychnoi tekhnolohii [Spindoctoring as a tool of modern political technology]. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Sotsialni komunikatsii*. № 2 (50). С. 131–135. Retrieved from [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2022.2\(50\).16](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2022.2(50).16) (accessed January 15, 2025). [in Ukrainian].

4. Kodeks etyky ukrainskoho zhurnalista [Code of Ethics of a Ukrainian Journalist]. (n.d.). [web.archive.org/](http://web.archive.org/) Retrieved from <https://web.archive.org/web/20170420235423/http://www.nsju.org/page/196> [in Ukrainian].

5. Poltorak, V.A. & Zoska, Ya.V., Stadnyk, A.H. (2021). Sotsialni stereotypy i hromadska dumka [Social stereotypes and public opinion]. *Aktualni problemy filosofii ta sotsiolohii*. № 27. С. 115–122. Retrieved from <https://doi.org/10.32837/apfs.v0i27.931> (accessed January 10, 2025). [in Ukrainian].

6. Bryzhko, V.M. & Dzoban, O.P. (2023). Dezinformatsiia yak faktor manipuluvannia svidomistiu [Disinformation as a factor in mind manipulation]. *Informatsiia i pravo*. Т. 2. № 45. С. 50–63. Retrieved from [https://doi.org/10.37750/2616-6798.2023.2\(45\).282318](https://doi.org/10.37750/2616-6798.2023.2(45).282318) (accessed January 10, 2025). [in Ukrainian].

7. Bereziuk, S., Bereziuk, Yu. & Hoda, O. (2024). Manipuliatyvni tekhnolohii ta osoblyvosti yikh proiavu v suspilno-politychnykh protsesakh [Manipulative technologies and features of their manifestation in socio-political processes]. *Tsyfrova ekonomika ta ekonomichna bezpeka*. №4 (13), С. 26–32. Retrieved from <https://doi.org/10.32782/dees.13-4>. (accessed January 10, 2025). [in Ukrainian].

8. Barna, N.V. (2008). Imidzh yak mifolohichniy arkhetyp: filosofsko-estetychnyi analiz [Image as a mythological archetype: philosophical and aesthetic analysis]. *Multyversum. Filosofskiy almanakh: Zb. nauk. pr.* Vyp. 69. С. 218–231 [in Ukrainian].

9. Shvets, D. (2022). Suspilna vazhlyvist doslidzhennia manipuliatyvnykh tekhnik media [The social importance of researching manipulative media techniques]. *Suspilno-politychni tsinnosti suchasnoi liudyny*. Ternopil: Studia Methodologica – Krok, (Shkola Vidkrytoho Rozumu. Т. 13). С. 5–12 [in Ukrainian].

10. Kostelniuk, M. M. (2018). Manipuliatsiini tekhnolohii v politychnykh protsesakh: terminolohichniy instrumentarii [Manipulative technologies in political processes: terminological tools]. *Hrani*. Т. 21. № 5. С. 123–132. Retrieved from <https://doi.org/10.15421/171877> (accessed January 15, 2025). [in Ukrainian].

11. TsPD poiasniuie yak pratsiuie mekhanizm «obkhodu z flanhу» v dezinformatsii [The CCD explains how the «flanking» mechanism works in disinformation]. (n.d.). [cpd.gov.ua/](http://cpd.gov.ua/) Retrieved from [https://cpd.gov.ua/glossary/mechanisms/czpd\\_poyasnyuye-yak-praczyuye-mekhanizm-obhod/](https://cpd.gov.ua/glossary/mechanisms/czpd_poyasnyuye-yak-praczyuye-mekhanizm-obhod/) (accessed January 26, 2025). [in Ukrainian].

12. Hryshyn, M. (2024). Manipuliatyvni tekhnolohii u sotsialnykh media: osnovni taktyky [Manipulative technologies in social media: basic tactics]. *Naukovi pratsi Mizhrehionalnoi Akademii upravlinnia personalom. Filolohiia*. №3 (13). С. 17–26. Retrieved from <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.3.2> (accessed January 15, 2025). [in Ukrainian].