

## ПРИРОДА МАНІПУЛЮВАННЯ ТА ЙОГО ВИДИ

*Стаття спрямована на встановлення базових характеристик психологічного феномену маніпулювання свідомістю та поведінкою особистості, окремо окреслено його типи та прояви.*

*Ключові слова: вплив, переконання, навіювання, свідомість, поведінка, комунікація*

*The article is aimed at establishing the basic characteristics of the psychological phenomenon of manipulating the consciousness and behavior of an individual, and separately its types and manifestations were outlined.*

*Key words: influence, conviction, suggestion, consciousness, behavior, communication.*

Термін “маніпулювання” має латинські корені і від початку означав “керувати” та “допомагати”, що вказувало на позитивну конотацію терміну. З плином часом семантика лексичної одиниці “маніпулювання” набула пейоративного забарвлення.

З метою дослідження семантичних змін, проаналізуємо визначення терміну, що надаються у тлумачних словниках. Словник Мерієм-Вебстер надає визначення поняттю “маніпулювання” як контроль/управління у хитрий, нечесний або підступний спосіб, особливо для досягнення власної вигоди (порівн.: *“to control or play upon by artful, unfair, or insidious means especially to one’s own advantage”* [5]). Акцент робиться на досягненні вигоди.

У той час як за визначенням Кембріджського словника, маніпулювання має схоже тлумачення та означає здійснення контролю над кимось або чимось заради власної вигоди, часто у несправедливий та нечесний спосіб (порівн. *“controlling someone or something to your own advantage, often unfairly or dishonestly”*) [4], підкреслюється нечесний спосіб досягнення вигоди й особливо, коли об’єкт маніпуляції не знає про це (*“the action of influencing or controlling someone or something to your advantage, often without anyone knowing it”* [там само]). Саме на необізнаності об’єкту впливу наголошується у визначенні поняття “маніпулювання” в Оксфордському словнику (порівн.: *“behaviour that controls or influences somebody/something, often in a dishonest way so that they do not realize it”* [6]).

Виходячи з наведених визначень можна вивести три ознаки явища маніпулювання, до яких відносимо, по-перше, бажання впливати та контролювати когось та/або щось, по-друге, спритність та майстерність того, хто здійснює маніпуляцію, по-третє, маніпуляція покликана на створення ілюзорної дійсності, де людина, яка є об’єктом впливу, нібито сама приймає рішення або виконує певні дії.

Порівняно нещодавно феномен маніпулювання набув широкого вивчення у колі науковців. Порівняльний аналіз тлумачень поняття “маніпулювання” дослідниками цього феномену, а саме Бессоновим Б.М., Гудіним Р., Робінсоном П., Шиллером Г., Волкогоновим Д.А., Прото Л., Йокоюмою О.Т., Рікером У., Рудіновим Дж., Шостром Е., Сагатовським В.М., дозволив виокремити його інгерентні характеристики.

Відтак, слід до вже вищезазначених ознак додати 1) “родову ознаку психологічного впливу” [2, с. 10]; 2) відношення маніпулятора до об’єктів впливу як до засобів досягнення своєї мети; 3) прагнення маніпулятора отримати власну вигоду без урахування інтересів та потреб об’єкту маніпулювання; 4) здійснення прихованого впливу на об’єкт маніпулювання, причому прихованим залишається не лише вплив, а й мета цього впливу; 5) використання сили (радіше психологічної) та врахування психологічної вразливості. Отже, визначаємо маніпулювання як зовнішній майстерний психологічний вплив, що спонукає людину до реалізації намірів, які є нав’язаними та не відповідають її власним бажанням.

Маніпулювання як певний вид психологічного впливу включає в себе цілу низку гіпонімічних понять, а саме “інформаційний вплив, інформаційно-технічний вплив, інформаційно-психологічний вплив, сугестія (навіювання), спеціальні інформаційні операції, акції інформаційної агресії, інформаційні війни та інформаційна зброя” [2, с. 15-16].

Для нашого дослідження релевантними є поняття інформаційного впливу з його підтипами та сугестивного ефекту навіювання. Інформаційний вплив слід визначати як вплив, що здійснюється через “цілеспрямоване застосування спеціальних інформаційних засобів та технологій для внесення деструктивних змін у свідомість особистості” [2, с. 16], що також включає прогнозовану чи очікувану зміну поведінки та фізичного стану людини. Інформаційний вплив розгалужується на два напрями — інформаційно-технічний та інформаційно-психологічний.

Інформаційно-технічний вплив спрямований на створення проблем з інформаційно-технічною інфраструктурою та безпосередньо фізичним станом людини. На противагу, інформаційно-технічному впливу виокремлюють інформаційно-психологічний вплив, що спрямований на свідомість та підсвідомість як окремої особистості, так і цілого суспільства, з метою коригування їхніх світоглядних позицій та поведінкових шаблонів. Сюди відносять метод переконання, що здійснюється в комунікації через звернення до критичного судження особистості.

Метод переконання передбачає логічно вибудований вплив на індивідуальну чи колективну свідомість через упорядковані факти та висновки, які є доступними для розуміння та емоційно забарвленими [3, с. 328].

Під методом навіювання, ґрунтуючись на визначенні цього поняття у спеціалізованій літературі, слід розуміти здійснюваний вплив на адресата

з метою створення психологічного стану або почуттів, що не відповідають особистим нормам, правилам і судженням особистості. Важливим аспектом навіювання є прихований вплив на особистість, що виключає її власний вольовий контроль та контроль її свідомості над власними почуттями, прагненнями та вчинками. Під час комунікації успішне навіювання здійснюється через власне лінгвальний вплив та з урахуванням позалінгвальних факторів [1, с. 307], до яких належать особистісні характеристики сугестора, психологічні особливості сугеренда, взаємовідносини, що між ними встановлюються [3, с. 268]. Комуніковане повідомлення характеризується високим рівнем аргументованості, комплексом взаємодоповнюючих компонентів, що відносяться до когнітивної та емоційної сфер.

Отже, людина як представник суспільства є об'єктом впливу від повсякденної комунікації у родинному та професійному колі, до професійної, підготовленої та чітко спланованої стратегії маніпулювання індивідуальною чи колективною свідомістю, причому об'єкт впливу залишається несвідомим зовнішнього впливу, який на нього здійснюється, оскільки таргетованими є емоційна сфера та підсвідомість.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Ковалевська Т.Ю., Ковалевська-Славова А.В. Сугестивна лінгвістика: специфіка та базові методи. *Записки з українського мовознавства*. 2022. Вип. 29. С. 303 — 312.
2. Сугестивні технології маніпулятивного впливу : навч. посіб. / [В.М.Петрик, М.М.Присяжнюк, Л.Ф.Компанцева, Є.Д.Скулиш, О.Д.Бойко, В.В.Остроухов]; за заг. ред. Є.Д.Скулиша. 2-ге вид. К.: ЗАТ "ВПОЛ", 2011. 248 с.
3. Шапар В. Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Х.: Прапор, 2007. 640 с.
4. Cambridge Dictionary : веб-сайт. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/manipulation> (дата звернення: 07.09.2023).
5. Merriam-Webster Dictionary : веб-сайт. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/manipulate> (дата звернення: 11.09.2023).
6. Oxford Learner's Dictionary : веб-сайт. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/manipulation> (дата звернення: 11.09.2023).

**Науковий керівник кандидатка філологічних наук, доцентка Просяннікова Я.М.**