

ГАВЛОВСЬКИЙ Д.В.

аспірант

Запорізький національний університет

м. Запоріжжя, Україна

БЕРЕЗЕНКО В.В.

доктор наук із соціальних комунікацій, професор,

завідувач кафедри соціальних комунікацій

та інформаційної діяльності

Запорізький національний університет

м. Запоріжжя, Україна

МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК СКЛАДОВА СУЧАСНОЇ ПРОПАГАНДИ: ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ У ВОЄННИЙ ЧАС

Сучасний інформаційний простір характеризується високим рівнем динамічності, гібридністю комунікативних процесів і зростанням ролі інформаційних впливів на суспільну свідомість. В умовах воєнного часу інформація перетворюється не лише на інструмент інформування, а й на зброю, спрямовану на дестабілізацію соціально-психологічного стану громадян. Це зумовлює потребу наукового осмислення феномену маніпулятивних технологій як ключового елементу сучасної пропаганди, а також визначення викликів, що постають перед українськими засобами масової інформації в умовах інформаційної війни.

Поняття «маніпуляція» розглядається в сучасних дослідженнях як прихований цілеспрямований вплив на свідомість і поведінку людини з метою зміни її уявлень, мотивації чи дій у потрібному напрямі без усвідомлення цього впливу [1, с. 14]. На думку О. Зернецької, маніпуляція в інформаційному суспільстві – це стратегічний механізм управління комунікаційними потоками, який використовує емоційні та когнітивні слабкості аудиторії для формування вигідних інтерпретацій реальності [2, с. 88]. Таким чином, маніпулятивні технології є сукупністю методів і комунікативних стратегій, за допомогою яких пропаганда забезпечує керування громадською думкою, створюючи ілюзію добровільного прийняття певних установок.

Сучасна пропаганда як соціальний феномен вийшла за межі класичних політичних або ідеологічних форм. Вона інтегрує методи паблік рілейшнз, реклами, сторітелінгу, психологічних операцій і цифрових технологій масового впливу [3, с. 102]. В умовах війни проти України ці

технології набули масштабного характеру, зокрема в інформаційних кампаніях, спрямованих на дискредитацію українських Збройних сил, формування у населення відчуття безсилля або недовіри до державних інституцій. Маніпулятивна логіка таких кампаній полягає у спотворенні реальності та створенні вигаданого інформаційного простору.

Одним із найпоширеніших інструментів маніпулятивного впливу є створення та поширення фейкових повідомлень, що апелюють до емоцій, а не до фактів. Такі повідомлення мають високу вірусність, особливо в соціальних мережах, де відсутній ефективний механізм перевірки інформації. Фейк стає зручним інструментом «зараження» емоційного поля суспільства, що сприяє його поляризації [4, с. 29]. Інший важливий прийом – міфологізація, тобто створення «соціальних міфів», які виконують роль пояснювальних моделей реальності. Наприклад, російська пропаганда активно використовує міфи про «спільне історичне коріння» або «зовнішнє управління Україною», що мають на меті легітимізувати агресію та підважити українську державність [5, с. 54]. Такі наративи виконують роль інструментів масового психологічного впливу, спрямованих на підміну історичної правди і формування викривленої колективної пам'яті, у якій агресор постає у ролі «визволителя», а жертва – у ролі «зрадника спільного минулого».

Важливою рисою сучасних маніпулятивних технологій є їхня емоційна природа. Як зазначає Т. Іванова, у гібридній війні на перший план виходить емоційна довіра, що замінює раціональну перевірку фактів, адже люди схильні приймати інформацію, яка відповідає їхнім очікуванням і страхам [6, с. 43]. Через це ворожі інформаційні операції часто використовують психологічні тригери – страх, ненависть, жалість або почуття колективної провини. Такі наративи покликані деморалізувати населення, створити враження безперспективності опору чи недовіри до влади.

Українські медіа в таких умовах опиняються в ситуації подвійного виклику: з одного боку – необхідність протидіяти ворожим маніпуляціям, з іншого – зберігати професійні стандарти журналістики, не перетворюючись на інструмент власної пропаганди. Це вимагає від журналістів глибокого розуміння механізмів маніпуляції, вміння працювати з джерелами інформації та вироблення внутрішніх етичних орієнтирів [7, с. 112]. Особливої актуальності набуває потреба у формуванні критичної медіакомпетентності всередині самих редакцій – здатності журналістів розпізнавати маніпулятивні прийоми, уникати упередженості та відновлювати баланс між оперативністю повідомлення і достовірністю факту.

Сучасні редакції дедалі частіше впроваджують практики фактчекінгу та верифікації контенту, створюють партнерські мережі з аналітичними платформами, такими як «StopFake» чи «VoxCheck». Водночас проблема полягає не лише у спростуванні фейків, а й у поясненні механізмів їхнього функціонування. Як зауважує Г. Почепцов, ефективність маніпуляції полягає у її невидимості для об'єкта впливу, тому найкращим захистом стає усвідомлення процесів, які формують наші переконання [8, с. 63]. Відтак українські медіа мають формувати не тільки систему оборони, а й «інформаційний імунітет» – культуру критичного мислення та здатність аудиторії розпізнавати маніпуляції.

Варто також звернути увагу на вплив цифрових алгоритмів, які сприяють сегментації публіки. Алгоритмічні системи соціальних мереж створюють ефект «інформаційних бульбашок», коли користувач отримує лише ті повідомлення, що підтверджують його попередні погляди. Це полегшує завдання пропагандистів, які підлаштовують контент під конкретні групи населення. У результаті формується замкнутий простір, де правдиві повідомлення не мають шансу «пробитися» до споживача [9, с. 45]. Такі механізми підсилюють замкненість інформаційного середовища та сприяють циркуляції маніпулятивного контенту, що підмінює реальну картину подій вигідними для пропаганди інтерпретаціями.

Ще одним аспектом є криза довіри до медіа. У період війни, коли інформаційні атаки поєднуються з емоційною втомою, частина аудиторії схильна або відмовлятися від споживання новин, або шукати «альтернативні» джерела, що часто виявляються дезінформаційними. Це створює умови для «вторинного зараження» маніпулятивним контентом і знижує ефективність державної інформаційної політики.

Отже, маніпулятивні технології в сучасній пропаганді є не лише інструментом інформаційної війни, а й показником глибоких трансформацій у сфері соціальних комунікацій. Їхня небезпека полягає в тому, що вони експлуатують не неuczтво, а довіру. Протидія цим явищам передбачає розвиток критичного мислення, посилення академічних досліджень у галузі медіаосвіти, а також міждисциплінарну співпрацю журналістів, психологів, соціологів та фахівців із кібербезпеки.

Українські ЗМІ мають виконувати не лише роль постачальника інформації, а й освітню функцію, спрямовану на підвищення рівня медіаграмотності суспільства. Адже в умовах війни журналістика стає не просто професією – вона перетворюється на фактор національної безпеки, здатний зміцнити стійкість суспільства перед обличчям деструктивних впливів.

Таким чином, боротьба з маніпулятивними технологіями потребує системного підходу, що поєднує інформаційно-аналітичні, освітні та етичні механізми. Українські медіа, проходячи через випробування війною, поступово формують нову журналістську культуру відповідальності, де головним пріоритетом є не швидкість публікації, а достовірність і довіра.

Список використаних джерел

1. Бебик В. М. Політичний маркетинг і менеджмент. Київ: МАУП, 2003. 240 с.
2. Зернецька О. Інформаційна війна та глобальна комунікація. Київ: Київський університет, 2018. 320 с.
3. Почепцов Г. Інформаційні війни: нові стратегії у глобальному просторі. Київ: Ваклер, 2022. 356 с.
4. StopFake. Фейки про Україну: аналіз інформаційних атак 2022–2024 рр. Київ, 2024. URL: <https://www.stopfake.org>](<https://www.stopfake.org>)
5. Романюк М. Пропагандистські міфи як чинник інформаційного впливу. Журналістика. 2023. Вип. 25. С. 50–59.
6. Іванова Т. Емоційна маніпуляція у воєнний час: виклики для мас-медіа. Наукові записки Інституту журналістики. 2023. Вип. 74. С. 41–49.
7. Макаренко Є. Етика журналістики в умовах війни. Медіаосвіта. 2023. № 2. С. 108–118.
8. Почепцов Г. Маніпулятивні технології сучасних медіа. Київ: Ваклер, 2019. 312 с.
9. Sunstein C. Republic.com 2.0. Princeton: Princeton University Press, 2007. 238 p.