

Різновиди технологій інмутації в суспільно-політичних ток-шоу на українському телебаченні: теоретичний аспект

Островська Н. В.

I. Вступ

Питання функціонування соціально-комунікаційних технологій на сьогодні привертає увагу все більшої кількості дослідників. Зокрема, великий внесок у дослідження соціально-комунікаційних технологій роблять українські вчені В. Різун («Гуманітарні технології», 1994), Г. Почепцов («Комунікаційні технології двадцятого століття», 2001), В. Лисенко «ЗМІ та громадська думка: технології маніпулювання», 2004), О. Коновець «Масова комунікація: теорії, моделі, технології», 2009), О. Холод («Комунікаційні технології (у теорії інмутації)», 2010, «Теорія інмутації суспільства», 2011, «Соціальні комунікації: соціо- і психолінгвістичний аналіз», 2011, «Комунікаційні технології», 2012). Тривають обговорення й доповнення концепції інмутації суспільства, запропонованої О. Холодом, згідно з якою всі технології вважаються маніпуляційними. Проблеми використання соціально-комунікаційних технологій розглядаються на науково-практичних конференціях, на сьогодні вийшли в світ колективні монографії «Теорія інмутації суспільства: pro et contra», 2011; «Генеза ідей і динаміка розвитку соціальних комунікацій», 2011; «Соціальні комунікації: результати досліджень – 2011», 2012; «Системні інформаційно-аналітичні технології в соціальних комунікаціях», 2012.

Можливість для реалізації значної кількості соціально-комунікаційних технологій існує у форматі суспільно-політичних ток-шоу. Науковці, медіакритики і журналісти упродовж останніх років постійно піднімають тему маніпуляційного характеру програм цього жанру.

Зокрема, Г.Почепцов [8] визначає такі маніпуляційні механізми політичних ток-шоу: маніпуляція соціологією; маніпуляція темами; маніпуляція порядком; маніпуляція гостями; маніпуляція часом.

З одного боку, науковець підкреслює, що це потенційні механізми, використання чи невикористання яких уже на совісті ведучих. З іншого – акцентує увагу на тому, що «коли у створення цих програм, до того ж щотижневих, закладаються такі страшні суми, не може не виникати бажання скористатися цими механізмами» [8].

Найбільше критичних зауважень стосовно специфіки реалізації цього популярного формату на українському телебаченні лунає від оглядачів і експертів сайту «Телекритика», на сторінках якого публікуються результати щотижневого моніторингу маніпуляційних технологій у політичних ток-шоу. Його автори наголошують на тому, що попри те, що прямоефірні телевізійні ток-шоу вважаються мало не «заповідниками» свободи слова в Україні, де є можливість обговорювати найбільш гострі суспільні проблеми, вони все ж залишаються сприятливим середовищем для маніпуляційних технологій [3].

II. Постановка завдання.

Метою нашого дослідження є характеристика різновидів технологій інмутації в суспільно-політичних ток-шоу на українському телебаченні.

III. Результати.

Згідно з теорією інмутації суспільства всі технології можна на два типи: соціально-комунікаційні технології мутації; соціально-комунікаційні технології інмутації. Саме мутацію (позитивний або нейтральний вплив) та інмутацію (негативний вплив) О. Холод визначає концепціями соціально-комунікаційних технологій. У дослідженні ми розглянемо різновиди технологій інмутації, представлені у політичних ток-шоу на українському телебаченні.

До соціально-комунікаційних технологій інмутації О. Холод зараховує систему маніпулятивних дій-комплексів, яка спрямована на негативне

змінення поведінки соціуму. Згідно з теорією інмутації суспільства, соціально-комунікаційні технології інмутації розгалужуються на три групи: 1) розбалансування, 2) руйнування, 3) знищення [14, с. 56].

Соціально-комунікаційні технології розбалансування (інмутація) – це початковий процес незворотних змін моделей поведінки за рахунок незначних порушень балансу у структурі й функціях суспільних систем [14, с. 56]. Соціально-комунікаційні технології розбалансування розмежовуються на такі види: технології інмутації зовнішнього світу суспільства; технології інмутації законів, норм і правил поведінки; технологія інформаційного охоплення (пропаганда); інмутаційні технології політичної реклами за якістю її змісту; інмутаційні технології політичної реклами за якістю її подачі; інмутаційні технології політичної реклами за способами її розповсюдження; технології антиреклами; технології формування негативного іміджу (трешімідж); технології інмутації оточення; технології інмутації соціального ладу; технології інмутації суспільства через соціальні зв'язки (паблік рилейшнз); технології протестного руху; технології розбалансування натовпу; технології інформаційно-телекомунікаційних корпорацій; технології зміни світогляду членів суспільства; технології зміни на негативне фізіологічних потреб; технології зміни на негативне соціально-значущих потреб та потреб соціальної самореалізації особистості; інмутаційно-педагогічні технології формування світогляду; інмутаційно-трудова технології виховання; шахрайські інмутаційні технології у підприємницькій та квазіпідприємницькій діяльності; технології еротичних та порносайтів; когнітивні технології (технології примусового керування поведінкою – результати закритих таємних експериментів); технології прагматизування поведінки; технології бібліотерапії; технології зміни на негативне фізичного стану суспільства [14, с. 57].

Одним з активно використовуваних різновидів у суспільно-політичних ток-шоу є технологія інформаційного охоплення (пропаганда). Діапазон впливу цієї технології на масову свідомість на сьогодні є досить широким,

що підтверджують різні визначення поняття «пропаганда». Наприклад, пропаганда – «популяризація і поширення філософських, релігійних, наукових, художніх або інших ідей у суспільстві через усне мовлення, засоби масової інформації, візуальних або інших засобів впливу на суспільну свідомість» (словник-довідник «Соціальні комунікації») [11, с. 260];

– пропаганда – «інтенсивні комунікативні процеси, що мають на меті зміну поведінки аудиторії, на яку вони налаштовані» (Г. Почепцов) [9, с. 560]. Більшість дослідників пов'язують використання пропаганди з маніпулятивним впливом на масову свідомість.

О. Холод визначає технологію інформаційного охоплення як систему маніпуляційних дій-комплексів, спрямованих на особистісний емоційно-експресивний вплив на свідомість споживачів інформації (реципієнтів) для зміни сценаріїв, моделей їхньої поведінки, переконання людей, поширення інформації про певного фігуранта, його діяльність на підставі власних переконань пропагандиста [13, с. 6].

У суспільно-політичних ток-шоу цей різновид технологій інмутації найчастіше використовується запрошеними політиками. Крім того, можливість створювати комфортні умови для використання пропагандистських технологій учасниками використовують автори та редакційні колективи програми (наприклад, непропорційне представлення протидіючих політичних сил, що надає перевагу одній з них) та ведучий-модератор, що вирішує кому надавати слово, може «погасити» ті чи інші аргументи, підняти чи опустити рівень значущості фактів, дозувати позитив і негатив, має можливість маніпулювати часом, нерівномірно розподіляючи його серед учасників. Зазначимо, що найбільше зауважень стосовно створення комфортних умов для пропаганди однієї з політичних сил лунає від медіакритиків на адресу Савіка Шустера та Євгенія Кисельова.

Особливо впливає на активність використання технології інформаційного охоплення наближення виборів. Наприклад, перед президентськими виборами 2010 року більшість ток-шоу перетворилася на

агітмайданчики для кандидатів. Провідним форматом, на думку О. Довженка, став «сольний» виступ кандидата на пост президента під акомпанемент ведучого та журналістів або експертів, за повної відсутності політиків у студії [2]. Саме ток-шоу за участю кандидатів перестало бути інструментом, за допомогою якого ЗМІ розкривають подробиці варіантів вибору, що стоїть перед суспільством. Найбільш яскраво ця тенденція відстежувалась між I та II турами виборів Президента України.

Узагальнивши матеріали «Моніторингу політичної пропаганди та маніпулятивних технологій у випусках щотижневих підсумкових інформаційно-політичних програм та політичних ток-шоу» [6] за 2009–2011 роки, визначимо які техніки пропаганди найчастіше застосовують запрошені на програму політики (як провладні, так і опозиційні). Найбільш поширеними з них є такі прийоми: «фальшивого авторитету»; «безпідставне твердження»; «наклеювання ярликів»; «перенесення негативу»; маніпулятивного «переносу»; постійна апеляція до авторитету – президента, вищого начальника, власної посади; демонстрація особливої обізнаності, що дозволяє понизити опонентів як дилетантів, які не знаються на предметі дискусії; прийоми фальшивої згоди та фальшивого схвалення, коли, визнаючи слушність аргументів протилежної сторони, політик використовує їх для підтвердження власної правоти; «багаторазового повторення», який передбачає, що слухачі не будуть задумуватися над тим, чи відповідає викладена теза дійсності; технологію «роздування деталі»; прийоми «замовчування» та «опускання» незручної інформації; «перекручування слів» та «підміни понять»; «напівправди» та відвертої брехні; «мультиплікативність» (дроблення інформації з метою отримати кумулятивне негативне чи позитивне враження); «висміювання» чийх-небудь дій; спільне застосування наполягання на особливій складності розглядуваного питання, апеляція до «особливої поінформованості», розраховані, як правило, на те, щоби споживач повірив на слово; «констатація факту», коли бажане становище подається як dokonаний факт;

«трансфер»: у відповідь на звинувачення – позитивний приклад діяльності в іншій сфері.

Окремої уваги заслуговує набір пропагандистських прийомів, що використовується практично на будь-якій дискусії на історичні теми: безпідставні твердження», «надузагальнення», «апелювання до емоцій», «маніпулювання стереотипами», «демонізація опонентів», «фальшиві аналогії», навішування ярликів «свій-чужий» на історичні події та постаті. Причому найбільш активно політики застосовують названі прийоми у ті моменти дискусії, коли не вистачає раціональних аргументів [4].

Соціально-комунікаційні технології руйнування становлять окрему групу в технологіях інмутації. За визначенням О. Холода, це проміжковий процес (між розбалансуванням і знищенням) змін моделей поведінки, якому притаманні ознаки ламки, значне порушення структури і функцій, перетворення на руїни суспільного порядку [14, с. 67].

Серед соціально-комунікаційних технологій руйнування науковець називає такі: технології руйнування суспільних моделей поведінки; технології деіндивідуалізації і деперсоніфікації; технології соціального вибуху (технології революцій); технології інформаційного протистояння-боротьби (інформаційних війн); інмутаційні технології руйнування, пов'язані із застосуванням зброї проти громадянського населення; технології руйнування особистісних моделей поведінки.

Прикладом застосування технологій руйнування в суспільно-політичних ток-шоу є такий різновид, як технології інформаційного протистояння-боротьби (інформаційних війн).

На сьогодні термін «інформаційна війна» має дискусійний та неоднозначний характер. Різні автори трактують його по-різному — залежно від того, які аспекти проявів та змісту вони досліджують. Узагальнивши погляди дослідників, зауважимо, що інформаційна війна може включати в себе збір тактичної інформації, забезпечення безпеки власних інформаційних ресурсів, поширення пропаганди або дезінформації, щоб деморалізувати

ворога і населення, підрив якості інформації супротивника і попередження можливості збору інформації супротивником. Часто інформаційна війна ведеться в комплексі з кібер- та психологічною війнами з метою ширшого охоплення цілей, залучаючи радіоелектронну боротьбу та мережеві технології.

Зокрема, Г. Почепцов розглядає поняття «інформаційні війни» невіддільно від психологічних операцій, що «мають такі цілі щодо зміни поведінки аудиторії, які б відповідали національним інтересам тих, хто породжує цю комунікацію, тобто чітко зрозумілі стратегічні настанови, якими керуються у питаннях інформаційних війн [9, с. 563].

За визначенням науковця, інформаційні війни є інформаційними технологіями, що впливають на інформаційні системи, маючи на меті введення в оману масової чи індивідуальної свідомості, виведення з ладу або десинхронізацію процесів управління суспільством та його складовими, передовсім військовими [9, с. 559].

О. Холод вбачає сутність згаданої технології в системному цілеспрямованому негативному впливі на об'єкт протистояння [12, с. 13].

В. Петрик, здійснюючи сутнісну характеристику інформаційних війн, називає такі завдання цієї технології:

- створення атмосфери бездуховності, негативного ставлення до культури та історичної спадщини в суспільстві конкурента чи ворога;
- маніпулювання громадською думкою і політичною орієнтацією населення країни з метою створення політичної напруги та стану, близького до хаосу;
- дестабілізацію політичних відносин між партіями, об'єднаннями і рухами з метою розпалення конфліктів, стимулювання недовіри, підозри, загострення ворожнечі, боротьби за владу;
- провокування соціальних, політичних, національно-етнічних і релігійно-конфесійних зіткнень;

- дискредитацію фактів історичної, національної самобутності народу, зміну системи цінностей, які визначають спосіб життя і світогляд людей;
- применшення та нівелювання визнаних світових досягнень у науці, техніці та інших галузях;
- формування передумов для економічної, духовної чи військової поразки, втрати волі до боротьби та перемоги; представлення свого способу життя та поведінки і світогляду майбутнього, які мають наслідувати інші народи; підрив морального духу населення і, як наслідок, зниження обороноздатності та бойового потенціалу;
- здійснення іншого деструктивного ідеологічного впливу [7, с. 133–134].

Найчастіше дослідники виділяють такі види інформаційних війн: психологічна війна, кібервійна, мережева війна, ідеологічна диверсія, радіоелектронна боротьба.

Саме приклади використання психологічної війни ми зустрічаємо у форматі політичних ток-шоу. Адже якраз у цьому жанрі ми можемо побачити сукупність різних форм, методів і засобів впливу на людину з метою зміни в бажаному напрямку її психологічних характеристик (поглядів, думок, цінностних орієнтацій, настроїв, установок, мотивів, стереотипів поведінки), а також групових норм, масових настроїв, суспільної свідомості в цілому [10].

Учасники політичних ток-шоу активно використовують технологію інформаційного протистояння-боротьби. Прикладом такого протистояння можна назвати загострену протидію партій – представників протиборчих сил, а також претендентів на роль лідера в політичному процесі напередодні виборів або президента країни, або парламенту.

Як стверджує Т. Березовець, головною метою інформаційних війн в політиці є дискредитація і деморалізація політичного опонента, а також формування необхідної суспільної думки (як правило, негативної) з того чи іншого приводу [1]. Для досягнення цього політики використовують такі

різновиди технологій розбалансування, як технології формування негативного іміджу (трешімідж) і технології антиреклами.

Серед технологій формування трешіміджу тактичними засобами особливу увагу в політичних ток-шоу привертає технологія розповіді про «потворного карлика». За визначенням Т. Клінкової, «розповідь про потворного карлика» – інмутаційний інструмент ЗМІ, який ґрунтується на безпосередньому впливі на свідомість споживача інформації (реципієнта) через опис правдивих та неправдивих негативних вчинків, ставлення або бездіяльності особи чи групи осіб. Функції цього інструмента мають на меті часткове руйнування або знищення образу політичного об'єкта [5, с. 26]. Погоджуємось з думкою дослідниці, що цей інструмент можна ототожнити з відомим прийомом антиреклами «утворення образу ворога», оскільки вони мають спільну мету. Реалізується «розповідь про потворного карлика» політиками, які всі нещастя і біди пов'язують з опонентами. При чому активно застосовується незалежно від того, при владі чи в опозиції перебувають політики (коли відбувається зміна влади, представники нової влади більш активно перекладають усю вину на попередників). Наприклад, медіакритики зазначають, що тема «Юлія Тимошенко як головний винуватець всіх наших проблем» перетворилася на довготривалий серіал, регулярно в різних форматах виникаючи на різних ток-шоу. Давно сформувалася й акторська кочова бригада – Інна Богословська, Володимир Олійник, Олена Бондаренко, Владислав Лук'янов з боку партії влади, Олег Медведєв, Сергій Соболев, Григорій Немиря – з боку БЮТ, із періодичним залученням інших «зірок». Кочова бригада старанно рухається замкнутим колом усе тих же звинувачень і спростувань [4].

Різновиди групи технологій інмутації знищення не є представленими в суспільно-політичних ток-шоу, оскільки це кінцевий процес незворотних змін моделей поведінки, які у результаті ведуть до припинення фізичного існування суспільства [14, с. 69].

До числа соціально-комунікаційних технологій знищення О. Холод відносить:

- інмутаційні технології знищення, що не пов'язані із застосуванням зброї, або інмутаційні технології інформаційно-психологічного впливу (технології знищення суспільства через масову культуру; технології знищення суспільства через засоби виробництва; технології знищення економічного потенціалу; технології знищення інформаційної інфраструктури; технології тероризму);
- інмутаційні технології знищення, пов'язані із застосуванням зброї проти громадянського населення та засобів його умиротворення (інмутаційні технології знищення, пов'язані із застосуванням зброї проти армії; технології військових операцій; технології воєнних дій; технології ведення воєн) [14, с. 70].

Таким чином, у політичних ток-шоу на українському телебаченні реалізуються групи таких технологій інмутації, як розбалансування та руйнування. Зокрема, активно використовуються різновиди технологій розбалансування (технологія інформаційного охоплення (пропаганда), технології формування негативного іміджу (трешімідж), технології антиреклами) та технології руйнування (технологія інформаційного протистояння-боротьби (інформаційних війн)).

Перспективи дослідження порушеної проблеми: проаналізувати найбільш поширені різновиди технологій інмутації у політичних ток-шоу, з'ясувати специфіку застосування технологій інмутації у телевізійних програмах різних жанрів.

Література

1. Березовець Т. Війни в політиці [Електронний ресурс] / Тарас Березовець. – Режим доступу : http://www.polittech.org/index.php?option=com_content&task=view&id=455&Itemid=36

2. Довженко О. Засоби масової агітації [Електронний ресурс] / Отар Довженко // Телекритика. – 2010. – 01. – 15. – Режим доступу : <http://ad.telekritika.ua/medialiteracy/2010-01-15/50432>
3. З Бродського роблять «концентратора негативу» [Електронний ресурс] // Телекритика. – 2010. – 11. – 19. – Режим доступу : <http://www.telekritika.ua/politprogram/2010-11-19/57692>
4. Задом наперед, або Їжачки і кактуси [Електронний ресурс] // Телекритика. – 2011. – 05. – 06. – Режим доступу: <http://www.osvita.mediasapiens.kiev.ua/material/2514>
5. Клінкова Т. О. «Розповідь про потворного карлика» як засіб негативізації українських політиків у ЗМІ / Т. О. Клінкова // Масмедійна інмутація суспільства : монографія / Клінкова Т. О., Козаченко В. В., Кравченко Н. О. та ін. [за ред. О. М. Холода]. – Кривий Ріг–Запоріжжя, 2009. – С. 7–68.
6. Моніторинг політичної пропаганди та маніпулятивних технологій у випусках щотижневих підсумкових інформаційно-політичних програм та політичних ток-шоу [Електронний ресурс] // Телекритика. – Режим доступу : <http://www.telekritika.ua/media-continent/monitoring/politprogram/>
7. Петрик В. Сутнісна характеристика інформаційних воєн // Соціальна психологія. – 2009. – № 4. – С. 132 – 140.
8. Почепцов Г. Маніпулятивний потенціал політичних ток-шоу / Георгій Почепцов [Електронний ресурс] // Телекритика. – 2011. – 04. – 08. – Режим доступу : <http://osvita.mediasapiens.kiev.ua/material/2124>
9. Почепцов Г. Г., Чукут С. А. Інформаційна політика : навч. посіб. – 2-ге вид., стереотип. / Г. Г. Почепцов, С. А. Чукут. – К. : Знання, 2008. – 663 с.
10. Присяжнюк М., Жарков Я. Аналіз засобів ведення інформаційної боротьби з використанням інформаційних технологій, форм і способів їх застосування [Електронний ресурс] / М. Присяжнюк, Я. Жарков // Центр воєнної політики та політики безпеки. – Режим доступу :

<http://defpol.org.ua/site/index.php/uk/component/content/article/51-kolonkaavtora/56-10082009>

11. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) : словарь-справочник / В. А. Ильганаева. – Х. : КП Типография №13, 2009. – 392 с.
12. Холод О. М. Зібрання наукових праць : У 10-ти т. – Т. 10 : Теорія інмутації суспільства О. М. Холод. – К. : КиМУ, 2011. – 351 с.
13. Холод О. Інмутація суспільства в гіпермаркеті свідомості : у 3 т. – Т. 1 : Теорія інмутації суспільства : монографія / Олександр Холод – К. : КиМУ, 2010. – 213 с.
14. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник / О. М. Холод. – Львів: ПАІС, 2012. – 300 с.

Островська Н. В. Різновиди технологій інмутації в суспільно-політичних ток-шоу на українському телебаченні: теоретичний аспект

***Анотація.** Статтю присвячено технологіям інмутації: охарактеризовано різновиди технологій інмутації. Наведено приклади використання різновидів технологій інмутації в суспільно-політичних ток-шоу на українському телебаченні.*

Ключові слова: *теорія інмутації суспільства, соціально-комунікаційні технології розбалансування, руйнування, знищення.*

Ostrows'ka N.V. Types of inmutation technologies in socio-political talk shows in Ukrainian TV: theoretical aspect

***Annotation.** The article is dedicated to inmutation technologies: the types of socio-communicative technologies of inmutation are characterized. The examples of inmutation technologies types use in socio-political talk shows in Ukrainian TV are made.*

Key words: *theory of society inmutation, socio-communicative technologies of unbalance, destruction, annihilation.*

Островская Н. В. Виды технологий инмутации в общественно-политических ток-шоу на украинском телевидении: теоретический аспект

Аннотация. *Статья посвящена технологиям инмутации: охарактеризованы виды технологий инмутации. Приведены примеры использования разных видов технологий инмутации в общественно-политических ток-шоу на украинском телевидении.*

Ключевые слова: *теория инмутации общества, социально-коммуникационные технологии разбалансирования, разрушения, уничтожения.*