

МАТЕРІАЛИ ІІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-  
ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
**«ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК НАУКИ  
НОВОГО ТИСЯЧОЛІТТЯ»**  
(22-23 грудня 2017 року)

Хмельницький  
2017

**Інноваційний розвиток науки нового тисячоліття.** Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Хмельницький, 22-23 грудня 2017 року). – Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2017. – 84 с.

У збірнику представлені матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Перспективи розвитку сучасної науки». Розглядаються загальні питання книгознавства, бібліотекознавства, бібліографознавства, теорії та історії соціальних комунікацій і журналістики, прикладних соціально-комунікаційних технологій та інші.

Збірник призначений для науковців, викладачів, аспірантів та студентів, а також для широкого кола читачів.

## ЗМІСТ

### СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

<b>Бенедишук А.С., Гутнік К.О., Устенко І.В.</b> ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРВІСУ УКРАЇНСЬКОЇ ЕЛЕКТОРНОЇ БІБЛІОТЕКИ.....	4
<b>Дутчак А.А.</b> РЕДАКТОР ОНЛАЙН-ТЕЛЕКАНАЛУ: ТЕРМІНОЛОГІЯ ТА ФУНКЦІЇ .....	10
<b>Костюк С.О.</b> МІФИ ТА СТЕРЕОТИПИ В КОНТЕКСТІ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ: УКРАЇНСЬКОЇ ТЕЛЕРЕКЛАМИ.....	17
<b>Санакуєв М.Г.</b> МАНІПУЛЯЦІЯ СВІДОМІСТЮ МАС: СТВОРЕННЯ ФОБІЙ І СТРАХІВ.....	20
<b>Наумкіна Т.Є., Столярчук Т.О., Гуткін К.О., Устенко І.В.</b> ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ ЯК ЯДРО КОМУНІКАЦІЙНОГО КАНАЛУ .....	22

**Санакуєв М.Г.**

*кандидат філософських наук, старший викладач, Інститут журналістики  
Київського університету імені Бориса Грінченка*

## **МАНІПУЛЯЦІЯ СВІДОМІСТЮ МАС: СТВОРЕННЯ ФОБІЙ І СТРАХІВ**

*Лиш може той перемогти, в кого свідомість переможна!*

Павло Тичина [1]

Сучасні спеціалісти з соціальних комунікацій досить специфічно ставляться до фобій, значна частка науковців не намагається ставитися до цього феномену оціночно (негативно), на противагу більшості, яку представляють течії соціальної психології [2, 3, 4 ].

Почувши про маніпуляцію свідомості виникають думки про те, що це не вас особисто стосується. Хоча на справді свобода вибору в більшій мірі є нав'язаною, адже людина думаючи про те що вільній соціальний вибір це її особиста заслуга. Проте забуває про є невід'ємною складовою соціуму.

Ключовими рушійними силами масової свідомості є реальні страхи та фобії.

Фобія – ірраціональний, інтенсивний і постійний страх щодо певних ситуацій, дій, речей, тварин або людей, які насправді є лише суб'єктивною загрозою [5, с. 185].

Страхи є у кожного, вони досить індивідуальні, а що стосується фобій то це явище більш складне і породжене соціальною активністю індивіда.

Масова свідомість та залучення мас у фобію процес який складається з певних послідовних стратегічних кроків: цікавість, співпереживання, саспенс. Коротко про кожен з них:

- **Збудження цікавості.** Подача інформації невеликими порціями, що змушує аудиторію боротися за інформацію. Найласіші шматочки приховуються до самого кінця. Задача перетворити політичні події на серіал жахів.
- **Провокувати співпереживання.** Задача показати позитивні якості головного героя, а потім привернути увагу до недоліків. Створити персоналінг

- ідентифікацію публіки з головним героєм: «Це ж я!». Маса має відчутти повну асоціацію з персонажем ваших повідомлень.

- **Саспенс.** Це варто розуміти як найінтенсивніше емоційне уявлення про драматичну ситуацію, яка лише тільки може статися. Створіть напружене нестерпне очікування, засноване на прямій або комплементарній емоційній синергії з персонажем (він боїться і я боюся, бо він не все знає про небезпеку яка йому загрожує, а я знаю!)[6].

Страх і боязнь чогось легше сприймається коли є певна візуальність. Візуальність підкреслює все вищепереважане, та виступає репрезентативною системою маніпуляції свідомістю мас, особливо при застосуванні в інформаційно-пропагандистській війні, коли немає багато часу для реалізації покрокової стратегії впливу на маси. Як типове зображення презентації-агресивний пес на вході в будинок, це сприймається як попередження, для уникнення злочинця.

Розібравшись у проблемі виникнення страхів та фобій приходимо до узагальнення, залякування як процес – одне з найважливіших професійних завдань спеціаліста з пропаганди, лише розуміючи структуру та принципи функціонування фобій, ми можемо навчитися нею керувати, при цьому чітко розрізняючи фобії та страхи. Головне чітко розібратися з якою метою використовувати ці знання.

### **Список використаних джерел:**

1. Тичина П. Поетика [Електронний ресурс] / П. Тичина // <http://poetyka.uazone.net>. – Режим доступу:<http://poetyka.uazone.net/tychina/>(Дата звернення: 25.11.2017)
2. Бендлер Р., Лавалль Д. NLP. Искусство убеждать. София : Изд-во Гелиос, 2002, 275 с.
3. Бардиер Г. Л. Бизнес-психология. М. : Изд-во «Генезис», 2002.- 416 с.
4. Гордеев М. Н., Гордеева Е. Г.НЛП в психотерапии. – М. : Изд-во Института психотерапии, 2002. – 264 с.
5. Зеленін В. В. По той бік правди: нейролінгвістичне програмування як зброя інформаційно-пропагандистської війни (навчальний посібник). Том перший. НЛП ХХ століття. – 2-ге видання, виправлене та доповнене. – К. : Вид-во «Люта справа», 2015. – 384 с.
6. Митта А. Кино между адом и раем: кино по Эйзенштейну, Чехову, Шекспиру, Курасаве, Феллини, Хичкоку, Тарковскому. М.: АСТ: Зебра Е; Владимир: ВКТ, 2010. — 508 с.

