



Сергій СЕРБІН,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри телебачення і радіомовлення
Інституту журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

УДК 070. 1 (075)

РОЛЬОВІ ФУНКЦІЇ МАНІПУЛЯТОРА В ПРЯМОЕФІРНИХ ІНТЕРВ'Ю

У статті досліджено методи маніпуляції різних видів інтерв'ю (включно з жорстким, партнерським та східного типу), виділено рольові функції маніпулятора на основі «трикутника Стефана Карпмана».

Ключові слова: *стратегія і тактика інтерв'ю, імплікативна залежність між інтерв'юванним та інтерв'юером.*

Актуальність дослідження зумовлена відсутністю об'єктивного та системного вивчення методів маніпуляції, які застосовуються журналістами при підготовці і проведенні різних типів інтерв'ю. Деякі інтерв'юери проявляють свої найкращі журналістські здібності і свій талант саме в жанрі інтерв'ю, а інші вважають його найскладнішим редакційним завданням і порівнюють процедуру його підготовки і проведення з крахом власного професійного іміджу. Маніпуляції, що виникають в процесі інтерв'ю у специфічній формі прихованого впливу між двома сторонами інформаційного обміну – інтерв'ю та інтерв'юером, формують імплікативну залежність у їх ставленні один до одного, при якій кожен з них може виступати по відношенню до іншого в якості як маніпулятора, так і активатора виробництва повідомлення. Ця залежність відображає їх зусилля в напрямку або маніпулювати людиною, або активізувати її не лише для висловлення своєї точки зору, але і для того, щоб аудиторія сприйняла її як істину. Слухачі не люблять, коли їх використовують, тобто маніпулюють ними, але вони позитивно ставляться до того, коли їх просять про допомогу, що дозволяє активізувати інтерактивне спілкування під час прямоефірного інтерв'ю, що представляє собою своєрідний інформаційно-аналітичний жанр обміну інформацією [1, с. 183–187]. Спроби використання одного із учасників інтерв'ю для проведення різних впливів на іншого спричиняє негативне ставлення до маніпуляцій та конфлікту між ними за домінантність у боротьбі за вибрану ними роль, а також негативну конотацію самого слова. Однак, у процесі інтерв'ю об'єктом маніпуляції виступають не його повноправні учасники, а інструменти, прийоми, за допомогою яких маніпулятор реалізує свої приховані наміри і задовольняє потреби.

Мета статті – розгляд прийомів і методів маніпуляції на основі існуючих підходів та принципів підготовки і проведення інтерв'ю для трансляції в прямому ефірі.

Предметом дослідження є підходи, стратегії, принципи, логіка, правила, алгоритми, методи і прийоми маніпуляції при підготовці і проведенні прямоефірних інтерв'ю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Матеріалом дослідження слугують тлумачні й енциклопедичні джерела, а також наукові монографії дослідників, які причетні до різних журналістських шкіл світу, у питаннях вивчення проблем маніпуляції в медіа. Головними сферами застосування маніпуляції в радіоінтерв'ю є заклики до громадської активності, реклама, містифікація, маркетинг, політична агітація, пропаганда, інформаційна війна, зв'язки з громадськістю. Маніпуляція, яка використовується під час проведення інтерв'ю представляє собою специфічний вид обміну інформацією між його учасниками. Вона базується на прихованому порушенні намірів, які не збігаються з бажаннями маніпулятора (інтерв'юованого або інтерв'юера). Базові напрацювання у вивченні управлінських аспектів маніпуляції були закладені американською школою менеджменту в дослідженнях Дейла Карнегі, Тома Демарко, Джоела Спольські та інших. Професор Роберт Чалдіні (Університет штату Арізона) при визначенні поняття маніпуляції опирається на його італійське походження («топо pull»), що в дослівному перекладі означає «тягнути рукою» або «здійснювати фокуси пальцем руки» і додає до цього складне наукове визначення, відповідно до якого маніпуляція представляє собою прихований вплив на стереотипи поведінки свідомості людини з метою отримання вигоди, про яку відверто маніпулятор не заявляє [2, с. 5]. Малкольм Кокселл (М. Coxall) у своїй книзі «Людські маніпуляції» розглядає їх в якості методу соціального контролю. Медіаманіпуляції він тлумачить як серію взаємопов'язаних методів, за якими приховується утворення образу або аргументу, що сприяє її інтересам [3, с. 26]. Подібна тактика може включати в себе використання логічних помилок і пропагандистських методів і часто пов'язана з викривленням інформації або точок зору та витісняє їх шляхом мотивації обговорення думок інших експертів чи груп людей, щоб зупинити прослуховування певних аргументів або просто відволікти увагу на іншу тему. В цих сферах радіомовлення маніпуляцію слід розглядати в якості прихованого примусу на стереотипи поведінки між інтерв'юю та інтерв'юером (програмування думок, намірів, почуттів, відносин, установок) з метою отримання зиску, який відверто ідентифікований маніпулятор не оприлюднює і не публікує в інтерв'ю. Професор Стефан Баранеску (Румунія) в своїй книзі «Соціологія громадської думки» розглядає маніпуляцію як «послідовний комунікаційний процес «повторного перегляду думки», постійно спрямованого на конвертацію цілі і повернення її до впливової залежності від джерела, що транслює повідомлення. Метою маніпуляції, – він вважає, – є формування зручної угоди, вводячи в оману через неправдиві докази і нераціональність. Реальні наміри того, хто передає повідомлення залишаються непомітними для слухача» [4, с. 6].

Одночасно в інтерв'ю маніпуляторами можна вважати інструментарії мовленнєвого впливу, що використовуються інтерв'юером з тим, щоб підвести інтерв'юю до висловлення бажаної для нього думки (наприклад, штурмувати уряд, наш уряд найкращий, смерть – це добре і т.д.). Саме тому американський вчений Ноам Хомскі докладно описав 10 способів маніпулювання за допомогою медіа, включно з відволіканням уваги, – формування проблеми і способів її вирішення, поступовості застосування, відтермінування виконання, звернення до малих дітей, наполягання на емоції, культивування посередності, почуття вини, знання про людей більше, ніж вони самі про себе знають [5]. Але маніпулятори можуть здійснювати зворотній вплив у випадках, коли інтерв'юер зловживає ефірним часом з корисливою метою для висловлення попередньо підготованих тез. У результаті, дуже часто співвідношення у використанні ефірного часу інтерв'ю складається не на користь інтерв'юю. В журналістиці не сформувалось загальноприйнятого визначення маніпуляції в інтерв'ю, виходячи з трьох причин:

- по-перше, у різних за типом інтерв'ю маніпуляція може бути прихованою, але це для неї залишається зовсім не обов'язковою умовою;

- по-друге, її не можна розглядати виключно як застосування інструментів для впливу на управління людською поведінкою, а лише як активаторів до мотивації відповідей (спонукання до виконання бажаної маніпулятором дії);
- і, нарешті, в акті маніпуляції учасники інтерв'ю можуть обирати свій підхід до спілкування і бути будь-ким, грати обрані ними ролі (творчі, комунікативні, поведінкові, культурно-ідентифікаційні та кваліфікаційно-професійні), а також обмінюватися ними.

Кожен підхід до проведення й організації інтерв'ю володіє своїми стратегіями, принципами, законами, логікою, математичними розрахунками, правилами й алгоритмами. Стратегія підготовки і проведення будь-якого інтерв'ю характеризується самооцінкою інтерв'юера та інтерв'юї, яка лежить в основі розробки «стратегіями» для кожного з них. Стратегія інтерв'юера представляє собою орієнтацію питань, які змусять інтерв'юї дати повні і конкретні відповіді на них (іноді зовсім непередбачувані, а часом добре сплановані). Володимир Тарасов у своїй книзі «Мистецтво управлінської боротьби» обґрунтовує комунікативні аспекти інтерв'ю 33-ма стратегіями, які він розглядає в якості об'єднання декількох прийомів його ведення, включно з умовами і ресурсами (час, інформація, гроші, матеріально-технічна база і т.д.) [6, с. 119]. На підготовчому етапі вибору тактичних прийомів проведення інтерв'ю, інтерв'юер займається розробкою сценарних планів, моделює багатоваріантні ситуації і розраховує очікуваний результат за допомогою кількісних і якісних показників, які він потім порівнює з фактом досягнення передбачуваної в стратегії мети, оптимізує методи маніпуляції. Стратегія інтерв'ю розробляється за допомогою трьох основних методів маніпулювання: створення атмосфери напруги, пошуку справедливості і боротьби з конкурентами. Кожен із цих методів маніпуляції інтерв'ю корисний лише у відповідній ситуації. Тому інтерв'юер повинен вміти комбінувати ці три методи маніпулювання в залежності від взаємовідносин, що складаються з інтерв'юї. Виходячи із цих взаємовідносин, у стратегії розглядаються три можливих підходи до підготовки і проведення інтерв'ю. Різні підходи до інтерв'ювання формують типологію інтерв'ю:

- Жорсткий (американський підхід);
- Партнерський (європейський підхід взаємовигідної співпраці у стилі «win-win»);
- Східний (споглядальний підхід на основі теорії «Дзен» або «відсутності спротиву»).

Стратегічна орієнтація жорсткого типу інтерв'ю визначається перемогою в досягненні мети і полягає у відстоюванні позицій будь-яким шляхом, доведенні точки зору, агресивному віджиманні у протилежної сторони максимальної кількості інформації. Для досягнення такої мети інтерв'юер може використовувати блеф, шантаж, цитування конкурента, сумніви в професіоналізмі, обман, підтасування фактів і т.д. В окремих інтерв'ю жорсткого типу інтерв'юери вимушені застосовувати активатори для небалакучих і нудних інтерв'юованих, а в інших – використовувати маніпулятори для зупинення словоблуддя таких талантів, які безупинно відповідають на різні питання однаковими фразами, узагальненими тезами (заготовленими наповнювачами), програють одну і ту ж платівку, нестримно висловлюють непристойності, постійно говорять в негативному полі, відверто обманюють, оркеструють театральне дійство на бекграунді розмови і т.д. Створення атмосфери напруги в жорсткому типі інтерв'ю дозволяє застосовувати такі методи його активізації, які можуть бути лише короткостроковим, оскільки постійний стрес призводить по-перше – до перевитрат зусиль та емоцій, а по-друге – до надмірного тиску, який може зламати одного із учасників інтерв'ю. Суть методу проста і базується на розумінні поняття «імплікації», яка в курсі математичної

логіки позначається знаком $X \rightarrow Y$ і тлумачиться: «якщо зробиш X » «то отримаєш - реакцію Y » (або пряник, або батіг; або погладять, або наб'ють). Маніпулятивний аспект імплікації проявляється в тому, що будь-яка проблема для обговорення в інтерв'ю визнається очевидною в той момент, коли наявність її треба ще довести. Так, повідомлення інтерв'юера про те, що цю проблему ми розглянемо в наступному інтерв'ю, заздалегідь передбачає ще одну зустріч з інтерв'юованим, хоча попередньої домовленості про це з ним не було. Кожен із впливів відповідного учасника інтерв'ю при постановці питання й отриманні відповіді вимірюється рівнем енергії, яка рівноцінна обсягу зусиль, що прикладають інтерв'юовані та інтерв'юер при підготовці та проведенні інтерв'ю (час на дослідження і спілкування, розробку і застосування провокацій, оцінку повідомлень і т.д.).

У процесі обміну інформацією учасники інтерв'ю можуть обирати ролі, кожна із яких опирається як на логіку, так і на емоції. Однак, переважна більшість рефлексивного спілкування базується на підсвідомому реагуванні на отриману інформацію. При застосуванні рефлексивної моделі інтерв'ю, інтерв'юер розуміє наслідки контраверсій, але він все ж таки задає питання під впливом емоцій, яке може викликати емоційну реакцію у інтерв'юованого. При застосуванні маніпуляцій перед інтерв'юером стоїть завдання виключити логіку, аби працювати з інтерв'юю лише на емоційному рівні. Різними шляхами інтерв'юер може спонукати інтерв'юю до здійснення непродуманих і нелогічних вчинків під час його проведення. Переважно маніпуляцію слід вивчати через опанування знань про реакції, а це означає, що реакція – вже існує незалежно від того, чи знаємо ми про неї, чи не знаємо. Слухаючи повідомлення із жорсткого інтерв'ю, слухач може отримати значний масив негативної інформації, яку мозок обробляє і сортує. Після аналізу інформації настає реакція слухача на проблеми, що часто віддалені від нього географічно і при вирішенні яких він є безпорадним, тобто може тільки прослуховувати їх. Почуття вимушеної безпорадності змушує слухача навчити свій мозок діяти тим чи іншим способом, уникаючи марнотратства сприйняття емоційно наповнених повідомлень.

Партнерський підхід до проведення інтерв'ю, на відміну від миттєвого зиску, вигоди і перемоги, орієнтований на збереження стратегічного партнерства між інтерв'юю та інтерв'юером. Цілі партнерського підходу до інтерв'ю – більш далекоглядніші, а інтерв'юю розглядається не як ресурс інформації, а як експерт, який може бути корисним для аудиторії при виробництві подальших інформаційних програм. Інтерв'ю, у відповідності з цим підходом, формується на основі моделі «кін-відбірний альтруїзм», при якому співрозмовники відчують себе зав'язаними у так званий «родинний договір» спілкування, відповідно до якого воно принесе вигоду їм і слухачам. Партнерський підхід проведення інтерв'ю дозволяє протидіяти маніпуляції виключно розумом і логікою, а не силою. Інтерв'юеру не варто обурюватися вчинкам інтерв'юю та його поведінкою, а скоріше надати можливість йому з честю вийти з ситуації. Якщо у процесі діалогу інтерв'юеру стає зрозуміло, що маніпуляції не діють, то слід переключитися на збалансовану стратегію подвійного виграшу («win-win»), коли виграють обидві сторони інтерв'ю. У випадках порушення кін-відбірної угоди інтерв'юер формує з інтерв'юю нову домовленість (або нагадує попередньо узгоджену) і, відштовхуючись від неї, продовжує конструктивний діалог. Далі інтерв'юер ввічливо і спокійно починає ставити відкриті питання, дізнаючись у інтерв'юю його бажання про напрямки продовження інтерв'ю. Потім за допомогою порівняння раніше сказаного та інших аргументів обґрунтовує привабливість своєї пропозиції у постановці нового відкритого питання. Досконало принцип «win-win» в інтерв'ю описав американський вчений Джим Кемп (JimCamp) – автор бестселеру «Спочатку скажіть ні» [7]. Цей підхід до

інтерв'ю має багато обмежень, і Девід Кемп критикує його за відсутність в ньому методу самооцінки, називаючи його малоефективним, а іноді катастрофічним. Він протиставляє свій підхід Гарвардському методу інтерв'ювання, розробленому Роджером Фішером і Вільямом Юрі у книзі «Шлях до згоди» (англ. «Getting to YES»), в якій автори вперше описують метод застосування експертного інтерв'ю [8, с. 33].

Східний підхід до проведення інтерв'ю базується на суперечливій китайській філософії «Дзен», стратегічна мета якої полягає у формулюванні такої точки зору, споглядання за обговоренням якої може призвести до її розвитку і сприяння у прийнятті правильного рішення. Філософська модель «Дзен» лежить в основі підготовки з бойових мистецтв, що включає:

- медитативні практики інтерв'ювання;
- формулювання мети перед початком інтерв'ю;
- управління енергетичним полем інтерв'ю за законами «їнь»-«ян»;
- визначення шансів на домінантність ролей в інтерв'ю (наприклад, «вівці», «лисиці» чи «віслюка»);
- поняття сили інтерв'юера і коли її правильно віддати інтерв'юваного;
- вектори сили в інтерв'ю, як вони впливають на його результат ;
- праця інтерв'юера з емоціями інтерв'юваного, як їх створювати при накопиченні позитивної чи негативної карми.

Східну модель проведення інтерв'ю застосовують висококваліфіковані журналісти для бесіди з досвідченими людьми, які досягли відповідної життєвої мудрості і рівня інтелекту (IQ). Такі інтерв'ю не завжди націлені на отримання певного результату, і його учасники можуть уникати співпраці в обміні інформацією. Вітчизняна медіакритика дає мало прикладів споглядального підходу проведення інтерв'ю, в якому інтерв'юер не застосовує метод напруги і приходить спілкуватися з інтерв'юваного тільки для того, щоб той прийняв вірне рішення, проявляє байдужість до результатів бесіди і висловлює своє бажання бути корисним. Однак, у західній культурі східний тип маніпуляції широко висвітлюється при аналізі енергетики вживання опонентів у свої ролі, що відображено у фільмах «Людина птаха» та «Чорна лебідь». У своїй книзі «Мудрість спілкування та мистецтво впливу» Чен Чжан (віце-президент корпорації «Тяньшуї», Китай) вказував на те, що суть маніпуляції східного типу полягає в тому, що «не потрібно принижувати інших, щоб звеличити себе». Споглядальний підхід до інтерв'ю є протилежним до його американської моделі, оскільки модель «Дзен» є більш екологічною, гармонійною і дозволяє формувати довготривалі відносини між учасниками інтерв'ю. Таким чином, цей підхід інтерв'ювання не слід застосовувати до випадкових людей, з якими інтерв'юер більше ніколи не буде спілкуватися. Якщо коротко, то алгоритм застосування маніпуляцій в інтерв'ю наступний:

- Інтерв'юований озвучив проблему і прийшов обговорити її з інтерв'юером;
- Для інтерв'юера це проблема ось чому ...
- Крім того, інтерв'юер хоче працювати з інтерв'юваними перспективи, але ця ситуація створює проблему для редакції. І ось чому ...

Маніпуляція східного типу інтерв'ю може широко застосовуватися у випадках прояву байдужості до погроз припинення розмови, провокування до співпраці з конкурентним каналом, приховування потреби в його проведенні, багатовекторності застосування сили, що впливає на формування висновків. Еволюція людського мозку дозволила автоматично розкласти інформацію на 3 вектори:

1. Активний або пасивний (наближається або стоїть на місці).
2. Небезпечний або безпечний (наздоганяти / нападати або не треба).

3. Корисний або марний (залишити або викинути).

З огляду на природу інтерв'ю, маніпуляція представляє собою мінімальний набір автоматичних реакцій його учасників, яка дозволяє їм реагувати на відповідні повідомлення в процесі обміну інформацією між інтерв'юером та інтерв'юї. Процедура обміну інформацією відбувається за принципами інтерв'ювання, але біда полягає в тому, що вона здійснюється автоматично. А значить, учасники інтерв'ю можуть цим скористатися, щоб маніпулювати роботою мозку ззовні. У випадку, коли інтерв'юї вважає, що інтерв'ю перетворюється в активну і небезпечну подію, йому необхідно включити автоматичні аналізатори мозку, щоб надалі маніпулювати описом події. Це дозволить переконати мозок інтерв'юї в тому, що інтерв'ю є корисною подією, і дозволить створити необхідні ланцюжки для обробки інформації і перемикання роботи мозку в потрібне для інтерв'юера русло. Повідомлення, отримані із інтерв'ю, можна характеризувати як активні і небезпечні події за рівнем довіри до каналу інформаційного мовлення. Якщо раніше слухач слухав незнайомих йому інтерв'юерів по радіо, то зараз він отримує повідомлення від друзів у соціальних мережах, яким він довіряє значно більше. Вибираючи кого слухати по радіо, він міг легко перемкнути канал: з боку транслятора мовлення цього ніхто і нічого не зауважить. А от вимкнення зі свого переліку друзів у соцмережі перетворюється у соціально значущий акт, який може образити не лише реципієнтів інформації, але і тих друзів, які постять новини про політику, кризу, війну і курс долара.

Як продовження ідеї автоматизму (зокрема автоматичного письма) французького психолога П'єра Жане (1839-1947) професор Роберт Чалдіні розвинув принцип автоматичної дії механізму маніпуляторів в умовах безупинного потоку інформації, що відбувається під час інтерв'ю, і назвав його «кляц». У своїй книзі «Психологія впливу», характеризуючи кляц-принцип, він зазначив, що «внаслідок підвищення рівня розумових навантажень, ймовірно, надалі люди все частіше будуть приймати рішення автоматично, не замислюючись, а «професіонали поступливості», які при висуванні своїх вимог використовують ті чи інші знаряддя впливу, швидше за все, будуть все частіше досягати успіху [2, с. 25]. Маніпулятор використовує фізіологічні програми на уважність, швидкість реакції, мозкових властивостей, які закладені в людині і діють автоматично. Завдання маніпулятора полягає у вмілому використанні фізіологічного впливу на мозок людини. Тому дуже часто вплив маніпуляції на людину порівнюють з «промиванням мозку». Фізіологічні функції лівої і правої півкулі мозку людини є різними. Так, у лівій півкулі знаходиться кора, яка відповідає за аналіз, синтез і обробку інформації. Ці зони в лівій півкулі мозку ще у 60-х роках минулого сторіччя відкрили француз Поль Брок і австрієць Карл Верніке. Ці частини людського мозку увійшли в наукову літературу під назвою «зона Брока», яка асоціюється з мовленнєвою функцією, а також «зона Верніке», яка асоціюється зі сприйняттям мови. В епоху І. П. Павлова наука про мозок ще не мала достатньої кількості відомостей про функціональну спеціалізацію півкуль, і наведена класифікація людей залишилася без анатомічного обґрунтування.

Сьогодні наука вже володіє потрібними відомостями. З того часу з'явилося багато наукових досліджень про те, що мозок дійсно є субстратом маніпуляцій, і в ньому можна знайти ділянки, які відповідають за ті чи інші функції. В роботах Зігмунда Фройда і Адольфа Куссмауля було відкрито зони мозку, які відповідали за найнеймовірніші речі (за спів, за читання вголос і т.д.). Їхні дослідження про те що ліва півкуля є носієм усіх вищих психічних функцій, залишалися незаперечними впродовж кількох десятиліть. Однак, британський невролог Хьюглінгс Джексон (1835–1911) вказав на те, що основні функції лівої півкулі мозку мають відношення до правої, та описав їх,

але не надав цій ідеї повного філософського підґрунтя. Лише за кілька десятиліть після цього з'явилися публікації лауреата Нобелівської премії (1981 року) в галузі фізіології і медицини, американського вченого Роджера Сперрі (1913-1994), якому вдалося визначити способи ізолюваного вивчення лівої і правої півкуль мозку людини [9]. За результатами його дослідження було встановлено, що ліва півкуля пов'язана з мовою, а права – з емоційною сферою і зі сферою впізнання складних зорових образів, що складаються в картину світу. Він виявив, що в півкулях мозку знаходяться т.з. «сторожеві пости критики», тобто ділянки головного мозку, які відповідають за рефлекторну діяльність людини в реакції на інформацію. Таким чином, головним завданням маніпулятора стає вміння відключити ліву півкулю сприйняття інформації (яка відповідає за логічне і аналітичне мислення) і перейти в праву (яка відповідає лише за образи, за картинку й опорні сигнали, що діють автоматично). Відключення лівої півкулі головного мозку людини відбувається за допомогою рольової функції маніпулятора.

Дослідники проблем рольової маніпуляції здійснюють класифікацію ролей учасників прямого інтерв'ю за основними характеристиками бази даних про назву і зміст ролі та поділяють їх на (творчі, комунікативні, поведінкові, культурної ідентифікації та приналежності до професійної діяльності). Зокрема, американський соціолог професор Корі Абрамсон (Corey M. Abramson, Університет Арізони, США) є одним з розробників типології ролей за культурною ідентифікацією [10]. Іншу типологію ролей розробив професор Джон Голланд (John Henry Holland, Мічиганський університет, США), суть якої зводиться до пошуку найбільш відповідного оточення, людей, які володіють специфічними особистісними властивостями [11]. Кожен з виділених ним типів характерних ролей класифікується за рівнем інтелектуального розвитку, характеру, темпераменту, інтересами. Розуміючи, до якого типу відноситься особистість інтерв'юї, і як довго він перебуває в енергетичному полі інтерв'ювання, можна зробити висновки про приналежність його до відповідного типу і ролі, яку він відіграє в процесі інтерв'ювання. Проте, коли інтерв'юєр бере на себе функції радника, він переймає на себе частину обов'язків з вирішення проблеми, що обговорюється, і таким чином потрапляє в так званий «драматичний трикутник Стефана Карпмана», в якому йому може відводитись одна з трьох основних ролей: агресора (переслідувача винних), жертви або рятівника.

Поділ на ролі серед учасників інтерв'ю дозволяє маніпулятору отримати відповідні емоції лише в тому випадку, коли потенційні можливості людського мозку перебувають на середньо-статистичному рівні (до 20% його потенціалу). Якщо ж рівень застосування потенційних можливостей учасників інтерв'ю перевищує середньостатистичний показник використання потенціалу мозку, то ігрові ролі між ними можуть змінитися до невпізнання і викликати абсолютно непередбачувані емоції. У своїй книзі «Ігри, в які грають люди» відомий американський психолог, засновник транзакційного аналізу Ерік Леннард Берн (1910-1970), базуючись на дослідженнях Пенфілда і його прихильників довів, що людський мозок є органом чи організатором психічного життя, а продукти його діяльності виникають і зберігаються у формі відповідних станів [12, с. 8].

Переважає при застосуванні партнерського типу інтерв'ю інтерв'юєр грає роль радника, маніпулює функціями рятівника. Головною емоцією ролі рятівника в інтерв'ю є створення ілюзії великої вигоди від поданої інформації. Маніпулятор-рятівник вміло використовує такі емоції людини, як лід і жадібність. З іншого боку – інтерв'юєр відпрацьовує ряд маркетингових, брендових програм з марчендайзінгу, які мотивують інтерв'юї до співпраці (наприклад, подарунок книги або пісні в кінці інтерв'ю). Між мотивацією і маніпуляцією існує чітка межа між свідомими діями й

автоматичними. Однак маніпуляцію можна прирівняти до мотивації за умови формування нових потреб, яких раніше рятівник не мав. У випадку, коли інтерв'юї ідентифікує себе з радником чи помічником у вирішенні сформульованої інтерв'юером проблеми, включається емоційний маніпулятор трикутника ігрових ролей С. Карпмана, відповідно до якого, одному із них надається роль рятівника, який проявляє свою готовність допомогти у вирішенні будь-якого поставленого завдання. Якщо інтерв'юер запропонує інтерв'юї свою допомогу в чомусь, від чого той не зможе відмовитись, то останній автоматично переключиться на виконання ролі жертви, змушеної погодитися з наданою йому пропозицією. Якщо ж інтерв'юер не запитає його про необхідність такої допомоги зі свого боку, то інтерв'юї сам добровільно звернеться з проханням про її надання. Зазвичай, пропозиція про допомогу сприймається слухачами позитивно, але у свідомості емоційного маніпулятора вона виглядає як простий тактичний хід у прояві власних егоїстичних бажань. Якщо інтерв'юї проявляє готовність прийняти пропозицію про допомогу, яка не озвучена інтерв'юером, буде виглядати таким чином, що він сам не в стані вирішити власну проблему. Звертаючи увагу слухачів, після кількох зітхань чи використання деяких інших невербальних ознак, інтерв'юї дозволить визнати інтерв'юера як таким, хто насправді не бажає йому допомогти. Якщо ж інтерв'юер помітить це і захоче вказати інтерв'юї про своє бажання допомогти у вирішенні цієї проблеми, то це стає початком спрямування його основних зусиль на маніпуляцію. Цим аргументом інтерв'юер підкреслить свою волю в допомозі інтерв'юї, відмова від якої в даний час буде по трактована як нерозумна позиція. Для того, щоб обійти цю маніпуляцію, ігнорувати підроблені зітхання і тонкі натяки, які виглядають небажаними для інтерв'юера в наданні допомоги, то він може напряду заявити інтерв'юї свій відвертий ультиматум (хоча і в цивільному порядку). Медіакритика накопичила багато прикладів виконання інтерв'юером ролі рятівника, відповідно до яких журналіст багато думає, може перевтілюватися в чуйну особу, здатну швидко відгукнутися на заклики інтерв'юера «врятуй мене», проявляє спритність і хитрість, витісняє безсилість і знецінює жертву у її нездатності взяти на себе відповідальність або прийняти рішення.

Таким чином, маніпуляції в інтерв'ю – це прихований вплив інтерв'юера на інтерв'юї для досягнення власних цілей, зворотність яких може проявлятися як у будь-якій фізичній формі, так і відображатися на емоційному рівні його учасників. А ті, хто використовує маніпуляції в інтерв'ю як інструмент досягнення мети, завжди залишаються без реального обміну інформацією. Наслідком маніпуляції в інтерв'ю може стати фальсифікація повідомлень, поширення пропаганди, яка не несе за собою будь-яких легальних форм відповідальності. Однак, у тих випадках, коли використання маніпулятивних прийомів призводить до дифамації, оціночних суджень і поширення пліток, з'являється адміністративна, дисциплінарна і навіть кримінальна відповідальність (в залежності від наслідків публікації). Навіть часті посилення на неначебно достовірні джерела можуть свідомо чи не свідомо проштовхувати заполітизовану точку зору і пропаганду. Коли справа доходить до застосування пропаганди для ведення інформаційної війни, наприклад, поширення фейків чи сфальсифікованих новин, то до їх спростування повинна бути залучена вся рефлекторна система державного регулювання медіа з метою допомогти виявити джерела маніпуляції громадською думкою. У тих випадках, коли інформаційна війна є прихованою, то радіомовлення побічно уможливує поширення ймовірних маніпуляцій і, отже, неминучих жертв. У роботі з джерелами також можуть бути використані маніпулятивні прийоми для просування певних політичних стратегій та ідеологій. Для багатьох радіослухачів стає проблематичним сприйняття таких інтерв'ю, в яких інтерв'юер при формулюванні різних питань посилається виключно на свої джерела в якості авторитетного посилення чи аргумен-

ту. Прихований вплив інтерв'юера на думку слухача з використанням аргументів не може рекомендуватись як найбільш ефективний прийом вирішення власних менеджерських проблем.

Поточна карма інтерв'юера в очах інтерв'юї визначається точкою зору, в якій він почне погоджуватися з його аргументами. Припинення емоційного маніпулювання учасниками інтерв'ю один одного може врятувати їх від страждань і надати їм задоволення від прослуховування радіопрограми. Відповідно до ознак трьох елементів «трикутника рефлексії», головними напрямками визначення шляхів зупинення маніпуляції в інтерв'ю є: надання повної ідентифікації маніпулятора, врахування сенсу точки зору й етичності публікації. Самі маніпулятори не беруть на себе відповідальність за висловлену точку зору або дії під час інтерв'ю. Вони при відповіді на питання про їх вклад у справу завжди повертаються до ситуації, за допомогою якої висвітлюється те, що інші зробили для них. Використання цієї тактики дозволяє визначити найпростіший спосіб маніпуляції інтерв'юера, який намагається встановити близькість зв'язків з інтерв'юованим за допомогою повернення розмови на особисту тему і прагнення поділитись приватною інформацією, яка змушує слухача вболівати за нього. Спочатку інтерв'юер може відчувати, що інтерв'юований є досить чутливою, емоційно відвертою і, можливо, навіть трохи вразливою людиною. Саме цього добивається маніпулятор у його власному сприйнятті. Егоїзм маніпулятора може підніматися до найвищого рівня відображення розбіжностей щодо дискусії, при якому він практично ніколи не відчуває себе вразливим у виявленні маніпуляцій під час інтерв'ю. Кращий спосіб боротьби з цією тактикою маніпулювання є її діагностика на ранній стадії підготовки інтерв'ю, щоб припинити доступ інтерв'юованого до спотворення повідомлення. Практичне знання драматургії ролей учасників інтерв'ю проявляється в усвідомленні інтерв'юованого свого місця у спілкуванні з інтерв'юером на вибрану ними тему для обговорення; відокремленні тих аргументів дискусії, в яких маніпулятор здійснює емоційний вплив на свого співрозмовника, від тих, де він застосовує логіку; припиненні інтерв'ю при появі непродуктивних емоцій шляхом оголошення рекламної паузи або виходу з радіоефіру.

ЛІТЕРАТУРА

1. Сербін С.М. Інтерв'ю в прямому радіоефірі / С.М. Сербін // Наукові записки. Серія «Філологічна». – Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія». – Вип. 29 – 2012. – 402 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://docs.google.com/viewer?url=http%3A%2F%2Fprints.oa.edu.ua%2F1567%2F1%2FNZ_Vyp_29_web.pdf
2. Чалдини Роберт. Психология влияния / Р. Чалдини [Пер. с англ. Волков Е., Волкова И. В., Пузырева О.]. – СПб. : Изд-во «Питер», 2006. – 95с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.litmir.me/bd/?b=95725>
3. Malcolm Coxall. Human Manipulation: A Handbook (Second Edition) / Editor Guy Caswell. – Cornelio Books. – Spain, 2014. – November. ISBN 978-8-4940-8532-1
4. Ștefan Buzărnescu. Sociologia opiniei publice, Editura Didacticăși Pedagogică, 1996.
5. Noam Chomsky. 10 strategies of manipulation by the media. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pdfdrive.net/noam-chomsky-10-strategies-of-manipulation-by-the-media-e675779.html>
6. Тарасов В.К. Искусство управленческой борьбы / В.К. Тарасов. – М. : Изд-во «Добрая книга», 2014. – 432 с.– [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://vk.com/doc39816237_134964369?dl=f7c6c75dac3289c927
7. Jim Camp Interview (англ.). Free Marketing Interviews. – How To Negotiate Without Using Traditional Win Tactics And Feel Great About it. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://am.in.ua/files/Snachala%20skazhite%20Net.pdf>

8. Фишер Р. Путь к согласию, или переговоры без поражения / Р. Фишер, У. Юри ; Пер. с англ. А. Гореловой ; Предисл. В.А. Кременюка. – М. : Наука, 1992. – 158 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.evolkov.net/conflict/Getting.to.Yes/>
9. Sperry, R. W. (1980). "Mind-brain interaction : Mentalism, yes; dualism, no". *Neuroscience* 5 (2): 195–206. doi: 10.1016/0306-4522(80)90098-6. PMID 7374938.
10. Abramson, Corey M. 2010. "Putting Culture Back in Context: A Context Dependent Model of How Cultural Inputs, Toolkits, and Meanings Influence Action." *ISSC WORKING PAPER SERIES* 45.
11. John Henry Holland. "What is to Come and How to Predict It.", in: John Brockman, editor. *The Next Fifty Years: science in the first half of the twenty-first century*. Weidenfeld & Nicholson. 2002.
12. Берн Эрик. Игры, в которые играют люди. (Психология человеческих взаимоотношений) / Э. Берн. – М. : Издательский дом : ЛИТУР, 1999. – 576 с. // Электронная библиотека Royal-Lib.com.

Сергей Сербин

Рольевые функции манипулятора в прямозфирных интервью

В статье исследованы методы манипуляции различных видов интервью (включая жесткое, партнерское и восточного типа), выделены рольевые функции манипулятора на основе «треугольника Стефана Карпмана».

Ключевые слова: стратагема и тактика интервью, имплицитивная зависимость между интервью и интервьюером.

Sergiy Serbin

ROLE OF HANDLING LIVE ONLINE INTERVIEW

The article examines methods of manipulation of various kinds interviews (including rigid and eastern partner type) highlighted role manipulator function based on the "triangle Stephen Karpman."

Keywords: stratagem and tactics interview implication of relationship between the interview and the interviewer