

до дизайн-проекування багатогалузевих і регіональних проблем, поглиблюють зв'язки з художньою культурою, залучають дані і методи гуманітарних наук, спираючись на тлумачення досягнень проектної культури у контексті виявлення гармонійних взаємозв'язків образу життя і оптимальної організації предметно-просторового середовища проживання. Гармонічна єдність предметних і просторових умов «нормального» образу життя є частиною архітектури і дизайну, а значить, перетворення предметно-просторового середовища, що зачіпає не тільки функціонально-економічні питання, але і сферу духовної культури [20, 279 с.]. Адже, мова йде про нову людину, про виховання її естетичних смаків, про красоту і раціональність оточуючого нас світу, в кінцевому рахунку – про формування умов для нового, «ідеального» образу життя, вибору краси і користі у контексті повсякденного буття .

Список літератури

1. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. – М.: Прогресс, 1974. – 392 с.
2. Аронов В.Р. Теоретические концепции зарубежного дизайна. – М.: ВНИИТЭ, 1992. – 122 с.
3. Бахтин М.М. Проблема содержания, материала и формы в словесном художественном творчестве // Бахтин М.М. Работы 1920-х гг. – Киев, 1994. – 114–136.
4. Бодрийяр Ж. Система вещей / Пер. с фр. Н. Зенкина. – М.: Рудомино, 1995. – 173 с.
5. Быстрова Т.Ю. Вещь. Форма. Стиль: Введение в философию. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2001. – 288 с.
6. Власов В.Г. Стили в искусстве. Словарь. В 3 т. – СПб.: Кольна, 1995–1997. – 1872 с.

7. Воронов Н.В. Производственное искусство – предшественник дизайна // Дизайн. – Вып. П. – М.: НИИ Российской АХ, 1993. – С. 17–26.

8. Воррингер В. Абстракция и вчувствование // Современная книга по эстетике: Антология / Пер. с англ. – М.-Л., 1957. – 36–52.

9. Гадамер Г.-Г. Актуальность прекрасного // Гадамер Г.-Г. Актуальность прекрасного / Пер. с нем. – М.: Искусство, 1991. – 266–323.

10. Ган А. Конструктивизм. – Тверь: Тверское изд-во, 1922. – 77 с.

11. Герчук Ю.Я. Что такое орнамент? Структура и смысл орнаментального образа. – М.: Галарт, 1998. – 327 с.

12. Глазычев В.Л. О дизайне. Очерки по теории и практике дизайна на Западе. – М.: Искусство, 1970. – 191 с.

13. Забелина Е.В. Поиск новых форм в ландшафтной архитектуре: учеб. пособие / Е.В. Забелина. – М.: Архитектура-С, 2005. – 160 с., ил.

14. Дизайн и проектная наука. Теоретический курс. – М.: МЭГУ, 1997. – 158 с.

15. Дизайн: Очерки теории системного проектирования / Н. П. Валькова, Ю. А. Грабовенко и др.; науч. ред. М. Каган. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1983. – 185 с.

16. Дизайн США / Ред. Б. Хорриган. – Манила, 1989. – 64 с.

17. Землер Г. Практическая эстетика / Пер. с нем. – М.: Искусство, 1970. – 320 с.

18. Иконников А.В. Архитектура XX века: Утопии и реальность. В 2 т. – М.: Прогресс-Традиция, 2002

19. Каган М.С. Эстетика как философская наука: Университетский курс лекций / Санкт-Петербургский гос. университет, Академия гуманитарных наук. – СПб.: ТК Петрополис, 1997. – 543 с.

20. Кантор К.М. Красота и польза. Социологические вопросы материально-художественной культуры. – М.: Искусство, 1967. – 279 с.

С.А. Захарова

ЧЕЛОВЕКОТВОРЧЕСКАЯ ПРИРОДА ДИЗАЙНЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ПРЕДМЕТНОГО ТВОРЧЕСТВА ЧЕЛОВЕКА

В статье дается анализ человекотворческой природы дизайнерской деятельности, сущность креативной деятельности; анализируются дизайнерские достижения, которые соединяют гармонию, пользу и красоту, утилитарное и эстетическое.

S. Zakharova

PERSONCREATIVE NATURE OF DESIGN ACTIVITY AS MAN'S SUBJECT CREATIVITY

In article the analysis of personcreative nature of design activity is given; essence of creative activity is opened; design achievements which connect harmony, advantage and beauty, utilitarian and aesthetic are analyzed.

УДК 001:091

О.В. Кононенко, аспірантка

МАНІПУЛЮВАННЯ СУСПІЛЬНОЮ СВІДОМІСТЮ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН

Гуманітарний інститут Національного авіаційного університету

У статті розглядається концептуалізація терміну «маніпулювання суспільною свідомістю» та встановлюється його соціокультурна природа.

Вступ

Сучасні умови надають безмежні можливості інформаційно-психологічного впливу та використанню маніпуляцій у комунікативних процесах. Маніпулювання особистістю, застосування різних засобів і технологій інформаційно-психологічного впливу стало звичним явищем у повсякденному житті, економічній конкуренції та політичній боротьбі.

Гострота проблеми маніпулювання суспільною свідомістю набуває особливого значення у XIX-XX ст. Це пов'язано з появою, а у XX ст. із зростанням ролі засобів масової інформації в житті суспільства. Популяризація теми управління свідомістю, засто-

сування різного роду технологій та прийомів набули загрозливих масштабів. Маніпулювання, що здійснюють суб'єкти прийняття рішень від імені держави в межах «державної політики», не є новим явищем [1].

Враховуючи суперечливість трансформації пост-тоталітарного суспільства та бурхливий розвиток засобів масової комунікації, поглиблення соціокультурних взаємодій, є підстави вважати, що в українському соціумі сьогодні гостро постає проблемна ситуація поширення маніпулятивних впливів на суспільну свідомість. Відомі способи дослідження впливів не призводять до адекватності пізнання як самого впливу, так і засобів його фіксації та наступ-

ного подолання. В різних сферах комунікації (політичній, релігійній, комерційній тощо) такі впливи часто набувають форм гострої боротьби, яка стає невід'ємною частиною суспільного життя. Маніпулювання стереотипами, цінностями, міфологемами суспільної свідомості тощо, а також специфічні механізми побудови впливу, мають соціокультурний зміст та навантаження. Ситуація заміни ідеологічного тиску на прихований вплив формує *наукову проблему*: наявні знання про прийоми та засоби маніпуляції виявляються недостатніми для осягнення загального механізму маніпулятивного впливу та вивчення його як різновиду соціальної комунікації на всіх рівнях здійснення. Зокрема існує необхідність "легітимізації" та виокремлення поняття "маніпуляція" в соціологічній теорії, розробки соціологічної концепції цього явища, вивчення механізмів та наслідків його здійснення, а також окреслення його соціокультурної специфіки [2].

Аналіз публікацій

Термін "маніпуляція" вперше був введений психологічною наукою, де проблематика маніпуляції активно обговорювалася. Її розгляду присвячені праці Є.Доценко, В.Лепського. Низка робіт прикладного характеру – Ю.Крижанської, В.Третьякова, Г.Мельника, Д.Карнегі, Е.Шострома та ін. – присвячені вивченню психологічних чинників та механізмів маніпуляції у спілкуванні. Меншою мірою представлені праці соціально-філософського плану щодо маніпулювання суспільною свідомістю. Це розробки Ю.Хабермаса, Г.Дебора, І.Гофмана. Систематичний аналіз понять "натовп", "публіка" представлений у роботах таких відомих вчених як Г. Лебон, Г. Тард, З. Фрейд, С. Московічі. В контексті соціокультурного функціонування засобів масової комунікації маніпуляції згадуються у В.Борева, А.Коваленка, В.Теріна. Соціально-філософський аспект маніпуляцій в неомарксистському контексті відображено у працях Н.Лимнатиса та С.Кара-Мурзи.

Як правило, термін "маніпулювання" використовується у нестрогій формі або як інтуїтивно зрозумілий. Проте є і ґрунтовніші розробки цього поняття, які дозволяють говорити про маніпулювання як соціокультурний феномен (Є. Доценко).

Постановка завдання

Мета статті полягає в концептуалізації явища маніпулятивного впливу на суспільну свідомість, встановлення його зв'язків з соціокультурними процесами, з'ясування наслідків маніпулятивного впливу в комунікації та уточнення соціокультурного змісту маніпуляції.

Основна частина

Маніпулювання розглядається як інтегративна характеристика масової свідомості в етико-аксіологічних та праксеологічних вимірах. Поняття "маніпулювання" відрізняється від подібних понять (пропаганда, реклама, PR-технології) за метою, сферою використання, способом поширення, об'єктом та засобами впливу. Виділяють наступні етапи аналізу маніпулятивного впливу: аналіз ідеології та мети маніпулятивного впливу; аналіз контексту, в якому відбувається маніпуляція; ідентифікація маніпулятора (суб'єкта); аналіз структури (організації),

що здійснює маніпулятивний вплив; аналіз цільової аудиторії, на яку спрямований вплив (об'єкт); аналіз методів і прийомів маніпулювання, що реалізуються за допомогою ЗМІ; аналіз контрзаходів (у разі використання) [1].

Існує багато можливостей впливати на свідомість людини. Маніпуляція наявна всюди, де має місце взаємодія між людьми. Узагальнюючи досвід маніпулювання, суб'єкт маніпуляції прагне врахувати стан масової свідомості, її очікування та прагнення, наявні проблеми, сенсації, які хвилюють громадську думку та інше.

Якщо стратегія маніпулювання масовою свідомістю спирається на певну ідеологію, то тактика маніпулятивної діяльності є, фактично, пропагандистською практикою [3, с. 73]. Однак маніпулювання наявне лише там, де є свобода вибору або хоча б формальна можливість альтернативної дії. У такому разі, той, ким маніпулюють, загалом не усвідомлює маніпулятивного впливу (навпаки, видимість свободи зміцнює вплив маніпулятора) [4, с. 14].

Причиною маніпулювання, на думку М.Чукаса, є не прогрес техніки та масових комунікацій, а зіткнення інтересів соціальних груп, боротьба між впливовими групами, які обстоюють право на своє існування або намагаються зміцнити власну владу. В основі таких маніпулювань – прагнення представити свої вузькі меркантильні інтереси як такі, що відповідають прагненням цілого суспільства [5, с. 210].

У повсякденному житті ми не звертаємо особливої уваги на взаємозв'язок та взаємовплив речей, зокрема на взаємозалежність психологічних впливів та їхню дію на політичні вчинки та оцінки. Людина живе не тільки у фізичному світі, який об'єктивно існує, а й у штучно створеній атмосфері – ноосфері, кажучи конкретніше – у штучно створеній людиною системі культури. Саме в ній сьогодні повною мірою відбувається зомбування окремих людей чи натовпу та маніпулювання їхньою свідомістю [6, с. 90].

Маніпуляція, за визначенням Є.Доценка, є видом психологічного впливу, мистецьке виконання якого призводить до прихованого збудження в іншій людині прагнень, які не збігаються з її актуальними бажаннями [7, с. 145]. Ступінь успішності маніпуляції значною мірою залежить від того, наскільки широким є арсенал засобів психологічного впливу, який використовує маніпулятор, і наскільки гнучко він його використовує.

Слово «маніпуляція» походить від латинських слів «manus» – рука + «ple-» наповнювати. Маніпуляцію (manipulation) в загальному значенні визначають як дію з об'єктами зі спеціальними намірами, з певною метою. У переносному значенні маніпуляція тлумачиться як "акт впливу на людей або управління ними" [там само, с. 45].

Особливості взаємин між суб'єктом і об'єктом маніпуляції, ступінь маніпулювання свідомістю залежать, на думку українського дослідника Я.Любимого, від соціальної дистанції між елітою та широкими масами і від соціального напруження, який породжує величина цієї дистанції. Соціальна дистанція, у свою чергу, залежить від особливостей економічного укладу суспільства, розподілу основних засобів існування та життєвих благ, специфіки

політичного режиму тощо. Від величини соціальної дистанції залежить також ступінь соціального напруження в суспільстві. Хоча саме собою напруження визначається не тільки наявністю соціальної дистанції, а й низкою інших чинників, наприклад: кризові явища в економіці, зниження рівня життя, посилення соціально-стресових явищ у суспільстві тощо.

Відповідно, збільшення чи скорочення соціальної дистанції в соціумі, посилення й послаблення соціальних напружень накладають свій відбиток на взаємини суб'єкта й об'єкта маніпулювання. Якщо соціальна дистанція між елітою й масами збільшується, і водночас зростає соціальне напруження, то панівна еліта прагне маніпулювати свідомістю мас, щоб ефективніше тримати їх у покорі. Якщо з певних причин соціальна дистанція зменшується, і знижується ступінь соціального напруження, то потреба в маніпулюванні масовою свідомістю спадає.

У ході еволюції в людини формується інстинкт маніпулятивної орієнтації, завдяки чому особа не тільки маніпулює, а й сама має потребу в маніпуляції, особливо у випадку ускладнення зовнішнього середовища та загострення проблеми ідентичності. Постає запитання: яка ціна маніпуляції? За тим, що саме втрачає людина в результаті маніпуляції її свідомістю, можна визначити ступінь цієї маніпуляції [3, с. 58].

Основна відмінність між маніпулюванням масовою свідомістю та індивідуальним маніпулюванням у міжособистісних взаєминах – у специфіці відповідальності. Коли маніпулюють масовою свідомістю, то з мас знімають відповідальність. Кінцева мета такого маніпулювання – пасивність мас, їхня інертність, при цьому навіюють переконання «за вас думають правителі» [7, с. 51].

У міжособистісній маніпуляції, навпаки, відповідальність за рішення перекладають на адресата. Є.Доценко виокремлює такі рівні маніпуляції: перший рівень – посилення наявних у свідомості людей необхідних маніпуляторів ідей, установок, мотивів, цінностей, норм; другий рівень – зв'язаний з приватними, незначними змінами поглядів на ту чи іншу подію, процес, факт, що також впливає на емоційне й практичне ставлення до конкретного явища; третій рівень – корінні, кардинальні зміни життєвих установок шляхом повідомлення об'єктові сенсаційних, драматичних, надзвичайно важливих для нього повідомлень [7, с. 80].

Фахівці вважають, що за допомогою маніпуляції можна досягнути швидкої зміни життєвих установок, здебільшого на перших двох рівнях впливу. Кардинальні зміни поглядів окремої людини, групи людей або соціальної спільноти вимагають, на думку вчених, комплексного впливу на свідомість упродовж тривалого часу [7, с. 45].

Якщо радянські фахівці в основному акцентували на політико-ідеологічних аспектах, то західні дослідники підкреслювали вплив маніпулювання на моральні й інтелектуальні установки людей. На думку Х. Ортеги-і-Гассета, феномен «маніпулювання» полягає у фатальній необхідності духовної диктатури. Без духовної влади, без маніпулювання громадською думкою та людьми в суспільстві панувала б анархія, що спричинило б його розпад. Більшість людей не має власної думки, зазначає філософ. А

сучасна «масова людина» не вміє мислити і не хоче цього робити [8, с. 7]. Тобто можна стверджувати, що дар свободи для багатьох людей є надто важким, і виникає бажання віддати його комусь, зняти з себе відповідальність за дії та вчинки.

Коли людиною маніпулюють, то, як вважає Я.Любимий, по-перше, її використовують як засіб для реалізації корисливих цілей; по-друге, її обдурюють, не дають змоги зорієнтуватися в ситуації; по-третє, дії людини, якою маніпулюють, якщо не цілковито, то принаймні частково, не відповідають її власним інтересам. Відповідність або невідповідність дій великих мас людей корінним інтересам є ключовим критерієм наявності або відсутності маніпулювання [3, с. 57].

У сучасних умовах використовують не просто окремі прийоми, а спеціальні маніпулятивні технології. Найбільш універсальною технологією, яку активно використовують у масових інформаційних процесах, є «формування та поширення образів». Ле Бон стверджував, що натовп мислить образами, сприймає тільки образи. Тому тільки вони можуть захопити натовп, породити в ньому жах і змусити чинити певні дії. Залежно від мети й завдань формують і поширюють завчасно «сконструйовані» образи або іміджі конкретних осіб, фірм, ідей, програм, товарів тощо, які, як правило, неадекватно відображають реальні їхні характеристики і в такий спосіб дезорганізують людей, на яких було спрямовано інформаційно-психологічний вплив.

Сьогодні сформовано індустрію образів. Зокрема, телебачення є реальністю що функціонує насамперед за допомогою образу. Специфіка телебачення в тому, що наші уявлення про події формуються через образи, безперервний потік образів. Телевізійна інформація не передбачає викладення необхідного політичного, економічного, культурного контексту подій.

Політичну систему можна визначити як будь-який тип людських взаємин, основні компоненти якого – влада, керівництво або авторитет. Відповідно, маніпулятивний вплив як складова людських відносин відіграє вагомий роль у політичному житті суспільства. Особливість маніпулятивного впливу в тому, що його здійснюють для досягнення тих чи інших політичних цілей і він має політичні наслідки для цілого суспільства або певної його частини.

В історії людства є немало прикладів, коли певні особи, правителі, посилюючи тимчасове психологічне збудження в населення, пригнічували структури раціонального мислення або, використовуючи прийоми маніпулювання свідомістю, змушували людей відчувати єдність з державою й ненависть до ворогів, об'єднуватися навколо лідера й переживати при цьому масове натхнення, втрачати відчуття реальності або знижувати увагу до проблем, невігідних владі.

Чимало видів соціального управління становлять виховання, навчання, просвітництво, пропаганда, агітація, які є ніби продовженням політики, права, моралі, релігії тощо. Однак більшість політиків стурбована не стільки проблемами управління суспільством, встановленням гармонії суспільних відносин, скільки боротьбою за владу.

Будь-яка влада маніпулює людьми – у цьому

немає таємниці. Вона робить це відкрито через засоби масової комунікації. Багато суб'єктів сучасної політичної влади (як окремі особистості, так і певні громадські організації, рухи, партії), які виникли на потребу суспільства, активно використовують методику інформаційно-психологічного впливу. До цього інформаційного арсеналу входять акції, які впливають на больові соціальні точки, наприклад, традиційні конфронтації між різними групами населення, етнічними, релігійними, соціальними тощо. Активно використовують "гру цифрами" (комбінування статистичних чи соціологічних відомостей), викривання "таємних документів", "листів" тощо.

Політика маніпулювання тісно зв'язана з систематичною дезінформацією населення, суспільства, певних груп людей. Маніпулюванню приховування, інтерпретації фактів формує установку. Маніпулятивні можливості мас-медіа достатньо відомі дослідникам, політикам, фахівцям з реклами. Інформацію можна сфабрикувати, видаючи її за реальну; спотворити, неповно її подавши або приховавши, інтерпретувати факти у вигідному ракурсі тощо.

Політична маніпуляція, на відміну від міжособистісної, передбачає вплив на широкі маси. Волю меншості (або окремої особистості) в завуальованій формі нав'язують більшості. Технологія політичного маніпулювання передбачає: впровадження у свідомість під виглядом об'єктивної інформації бажану для певного кола інформацію; вплив на больові точки суспільної свідомості, які збуджують страх, тривогу, ненависть; реалізацію своїх замислів, спираючись на підтримку громадської думки.

У практиці інформаційно-психологічного впливу важливими є не тільки прямі чи опосередковані методи пропаганди, а й лінгвістичні, соціолінгвістичні прийоми. Мова дає велику свободу в певному застосуванні та інтерпретації, свободу, яку можна використати для переконання. Призначення будь-якого вжитого слова – впливати на співрозмовника. З цією метою використовують і пропагандистське слово, звернене до аудиторії.

Як засіб накопичення та збереження інформації, мова, зазначає Л. Кисельова, включає не тільки знання про предмети, явища реальної дійсності та закони природи й суспільства, а й людський досвід поведінки в типових умовах природного та соціального середовища, соціальні моделі поведінки [9, с. 10-11]. Маніпулювання за допомогою мовних засобів дає змогу моделювати смислові акценти та відтінки у висловлюваннях, програмувати семантичний аспект комплексу суджень про світ загалом.

Свідомі операції з мовними засобами правомірно зв'язують з винаходами технічної цивілізації та налагодженим механізмом політичного маніпулювання (Г. Гадамер). У масовій комунікації маніпулятивний аспект конструювання мови в кінцевому підсумку виявляється провідним.

Політика як боротьба за досягнення та ствердження влади породжує в сфері мови таке специфічне явище, як мова політики. У політичному вживанні використовують насамперед абстракції. Високі рівень абстрактності мови політики впливає з властивостей самої політики. Центральні поняття політики повинні визначати ідеї та оцінки, цілі та інтереси, від-

далені від безпосереднього досвіду громадян. Вживання мови з політичною метою перетворює мову, за словами німецького політолога В. Бергсдорфа, на одну з детермінант політики. Автор виокремлює такі підрозділи мови політики: 1) мова законодавства та судових рішень; її завдання – регулювати поведінку громадян через закони й заборони; характерна відсутність емоційного забарвлення; 2) мова адміністрації; її завдання – викладати інструкції, укази тощо, які мають форму офіційних повідомлень; ця мова також емоційно нейтральна; 3) мова переговорів; її завдання в тому, щоб спробувати досягнути угоди між партіями або на мовному рівні підкреслити загальні інтереси; мова переговорів – гнучкіша у своїх формулюваннях; 4) мова політичного виховання; спрямована на досягнення нормативних структур та формування політичних позицій; для мови політичного виховання характерні емоційність, гнучкість та аргументованість, її використовують у сфері освіти, у засобах масової комунікації тощо; 5) мова політичної пропаганди; її використовують у політичних промовах та пропаганді партій, щоб змінити або, навпаки, зміцнити наявну структуру оцінок і думок; мова політичної пропаганди подібна до мови політичного виховання, однак їй не притаманна гнучкість та аргументованість останньої, вона достатньо невизначена, що зумовлено її спрямованістю на ширше коло адресатів [10, с. 60-61].

Повсякденна мова та мова політичної пропаганди відрізняються, насамперед, місцем, яке вони займають, та частотою вживання понять. Мова політики – це мова понять. Навіть тоді, коли слово прийшло до мови політики з повсякденної мови, воно набуває рангу поняття, але втрачає цю властивість, тільки-но випадає з політичного контексту. Поняття, на думку В. Бергсдорфа, – це не тільки символи як звичайні слова, що їх вживають як імена чи знаки для визначення предметів і явищ. Поняття – конденсовані символи, які слугують для визначення взаємозв'язків і визначаються ними. Тільки у взаємозв'язках один з одним поняття набувають своїх значень. Пропаганда зв'язана з політикою, щодо якої відіграє підпорядковану роль, є інструментом для проведення того чи іншого політичного курсу.

Особливо характерним для мови політики є використання «порожніх формул», тобто слів та виразів, які вживають так, ніби вони мають у цьому контексті певний сенс, інформують про емпіричну реальність. Насправді під час докладнішого аналізу з'ясується, що вони не визначають нічого конкретного, містять незначну інформацію. Наприклад, поняття «якість життя» не має жодного змісту, спільного для всіх, хто промовляє.

Безумовно, цілковито застерегтися від маніпулятивного впливу неможливо. Ми впливаємо на людей, вони впливають на нас. Однак аналіз інформації, яку ми отримуємо, уточнення відомостей про її джерела, встановлення послідовності дій дають змогу виявити маніпулятивні прийоми та технології. Аналіз можливостей їхнього застосування, ефективності впливу дасть змогу протистояти їм.

Висновки

Отже, маніпуляція зумовлена комунікативною природою, інтенційним характером людських взає-

модій. Сучасна ситуація заміни пропагандистських впливів на маніпулятивні зумовлена підтриманням конвенції демократичної цінності вільного вибору, що вимагає маскувати вплив. Маніпуляція - це цілеспрямована стратегічна соціальна дія, яка потрібна для здійснення соціального впливу та встановленні контролю над комунікативною ситуацією. Її соціокультурний характер полягає в маніпулюванні змістовними рисами комунікації в середовищі соціального дискурсу за допомогою вербальних та невербальних знаків, символів, ціннісних орієнтацій.

Список літератури

1. Коваль О.А. Маніпулювання релігійною свідомістю: сутність і засоби 2006 року / Автореф. дис... канд. філософ. наук: 09.00.11 / О. А. Коваль; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. - К., 2006. - 18 с.
2. Мотузенко Б.І. Соціокультурні аспекти маніпулятивного впливу / Дис... канд. соціол. наук: 22.00.04 / Київський

національний ун-т ім. Тараса Шевченка. - К., 2002. - 252 арк.

3. Любимый Я.В. Современное массовое сознание. Динамика и тенденции развития. - К.: Наук. думка, 1993. - 139 с.
4. Лимнатис Н. Манипулирование: сущность, проявление, пути снятия (философский и социально-политический анализ). - М.: Экономическая демократия, 2000. - 216 с.
5. Choukas M. Propaganda Comes of Age. - Washington, 1975. - 342 p.
6. Пирен М.І. Основи політичної психології: Навчальний посібник.. - Київ: Міленіум, 2003.-372 с.
7. Доценко Е.Л. Психология манипуляции. Феномены, механизмы и защита. - 3-е изд., исправ. и перераб. - СПб.: Речь, 2003. - 294 с.
8. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс. - М.: АСТ, 2008. - 352 с.
9. Киселева, Л.А. Вопросы теории речевого воздействия. - Л.: Изд-во ЛГУ, 1978. -160 с.
10. Бергсдорф В. Власть и язык: Исследование политической терминологии ФРГ // Язык и идеология. Реф. сб. АН СССР. - М.: ИНИОН, 1987. - 115 с.

О.В. Кононенко

МАНИПУЛИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМ СОЗНАНИЕМ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН

В статье рассматривается концептуализация понятия "манипулирование общественным сознанием" и определяется его социокультурная природа.

O. Kononenko

MANIPULATION OF PUBLIC CONSCIOUSNESS AS THE SOCIALLY CULTURAL PHENOMENON

The article is about the concept of determination "manipulation of public consciousness" and the exposition of its socially cultural nature.

УДК 1 (091)

Ю.О. Корбуш, пошукач

ІВАН ОГІЄНКО: ОСОБЛИВОСТІ ДУХОВНО-РЕЛІГІЙНИХ ВИМІРІВ БУТТЯ УКРАЇНСЬКОГО НАРОДУ

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Стаття присвячена аналізу особливостей духовних і релігійних характеристик буття українського народу в творчості І.Огієнка.

Вступ

Сучасні процеси духовного відродження України потребують звернення до її спадщини, до тих культурних надбань, які належать до славного минулого українського народу. Однією з видатних постатей в цьому плані є Іван Огієнко, у духовній діяльності - митрополит Іларіон, людина енциклопедичних знань. Свій природжений хист і талант він однаковою мірою успішно застосовував як геніальний вчений, богослов, педагог, письменник, перекладач, державний і громадський діяч. Важко сказати, в якій із названих сфер діяльності І.Огієнко залишив найпомітніший слід. Одне беззаперечно: він чесно і сповна служив українській справі, до останніх днів свого довгого й важкого життя не полишав подвижницької діяльності на ниві відродження української нації, утвердження віри українського народу розвитку української мови та української культури загалом. На жаль, переважна більшість творів Івана Огієнка і сьогодні є недоступною для українського читача: знаходяться вони за кордоном (переважно в Канаді), а та незначна кількість, що видавалася у нас у 20-х роках, ще донедавна перебувала у спеціальних книгозбираннях. Сьогодні ми маємо доступ лише до поодиноких праць цього геніального діяча української культури, освітянина, відомого українського богослова, що видаються останнім часом у нас і за

кордоном. Як наслідок - відсутність серйозних досліджень багатогранного таланту цієї феноменальної постаті, особливо його діяльності в аспекті досліджень релігійних вірувань українського народу. Важливим завданням постає аналіз його творчої спадщини та діяльності для сучасного відродження духовних основ українського народу.

Метою статті є дослідження спадщини Івана Івановича Огієнка (1882-1972), яка стосується головних характеристик буття українського народу. Насамперед ідеться про філософсько-релігійний та освітній доробок великого вченого. Його ідеї - це новаторство, наукова сміливість, ґрунтовність теоретичних положень. Цінності духу - це квінтесенція віковичних людських зусиль, радостей і мук, осягнень і страждань. У них - ціла галактика здобутого нелегкою працею і терпінням досвіду. Такі цінності сьогодні можуть слугувати правдивим, автентичним критерієм оцінки творчості й діяльності наших попередників, у тому числі й митрополита Іларіона, блискуча спадщина якого в українській культурі залишається яскравою зіркою.

Ступінь розробленості теми

Актуалізація Огієнкової тематики також спричинила значну кількість наукових розвідок у вигляді монографій, статей, оглядів, нарисів тощо. Харизма,