

УДК 130.2 : 316.324

**Застольська В. В.***аспірантка*

## МАНІПУЛЯЦІЯ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ЦІНІСНО-НОРМАТИВНИХ УЯВЛЕНЬ В СУЧАСНИХ ДЕМОКРАТИЧНИХ СУСПІЛЬСТВАХ

*У статті аналізується феномен маніпуляції. З'ясовуються особливості та технології його здійснення в сучасних демократичних суспільствах.*

Традиційно феномен маніпуляції репрезентується в науковому дискурсі у вигляді конструкту «еліта – маси» і відповідно пов'язується з масовою свідомістю, масовою поведінкою й загалом із масовим суспільством. Концепт останнього в сучасному теоретизуванні й дослідницькій рефлексії поступився місцем концепту демократичного суспільства, що робить акцент на усвідомленому та вільному характері згоди більшості громадян з базовими демократичними принципами політичних спільнот. Водночас, реалії сучасних демократичних країн нерідко свідчать про те, що маніпулятивний вплив й нині лишається вагомим інструментом організації життя суспільства.

Невипадково проблематика маніпулювання до сьогодні є предметом пильного наукового інтересу. Так, в низці наукових джерел, як зарубіжні так і вітчизняні автори аналізують й обгрунтовують сутнісні характеристики явища маніпуляції та основні різновиди його проявів – Кара-Мурза С.Г., Цуладзе А.М., Франк Г., Власов А.И, Кучера Я., Доценко Е.Л., Дилегинский Г.Г., Деркача А.А., Жукова В.И., Лаптева Л.Г., Панкратов В.Н., Петренко В.В., Бебик В.М.

Окреме місце посідає висвітлення тих чи інших аспектів практичного застосування технологій маніпулювання. Тут слід відзначити праці Амеліної В.Н., Зубрицької Л. Н., Ледаєвої В.Г, Бірюкова А.А., Ляпіної Т.В., Соловьева А. И., Литвиненко О., Заярної О., Зернецької О.В., Солонської С.А., Недбаєвського С.Д., Харріса, Шиллера Г., Кіна Дж.

В даній статті, буде здійснена спроба комплексного аналізу особливостей та технологій здійснення маніпулювання в сучасних демократичних суспільствах. Зауважимо, що сам термін «*manipulus*» – латинський прародич терміна «маніпуляція» – має два значення: по-перше – це пригоршня, жменя (*manus* – рука + *ple* – наповнювати); маленька група, купка, жменька (*manus* + *pl* – слабка форма кореню). У другому значенні це слово, зокрема, означало невеликий загін воїнів у римському війську [1, с. 41].

Оксфордський словник англійської мови трактує маніпуляцію як акт впливу на людей або управління ними зі спритністю, що сповнена зневажливого підтексту. А саме: як приховане управління або обробка.

До сутнісних характеристик маніпуляції вчені зазвичай відносять наступні його особливості: по-перше, духовний, психологічний вплив, а не фізичний примус або загроза його застосування. Адже, мішенню дій маніпулятора є зокрема психічні структури людської особистості; по-друге, прихований вплив, факт якого не повинен бути помітний для об'єкта маніпуляції. Коли спроба маніпуляції розкривається і викриття стає досить широко відомим, вплив зазвичай припиняється, оскільки розкритий факт такої спроби наносить маніпулятору значні збитки; по-третє, вплив, який вимагає значної майстерності і професійних знань. Якщо мова йде про суспільну свідомість, хоч б й місцевого масштабу, то, як правило, до розробки маніпулятивних заходів зазвичай запрошуються фахівці або застосовуються спеціальні знання [2, с. 12].

Головним же змістом маніпулятивного впливу вважається встановлення контролю над об'єктом впливу з тим, щоб змусити його діяти у спосіб, потрібний для того, хто здійснює маніпулювання.

*Також необхідно виокремити і основні складові маніпулятивного впливу. Це, зокрема:* оперування інформацією (цілеспрямоване перетворення інформації); приховування маніпулятивного впливу (потрібно замаскувати цілі маніпуляції, а в ідеалі й сам факт впливу зробити непоміченим); ступінь і засоби примусу (в межах офіційних соціальних структур обговорюється вияв сильної або слабкої позицій); мішені впливу (позначення тих психічних структур, на які здійснюється вплив з боку ініціатора впливу); тема уподібнення адресата впливу технічному приладу (об'єкти маніпулятивної обробки перетворюються на маріонеток, керованих тими, хто має владу).

Фактично термін «маніпулювання» є метафорою, що вживається у науковому дискурсі у переносному значенні, адже спритність рук у поводженні з речами означає тут приховане управління людьми.

Таким чином, евристичний потенціал проведеного

дослідження дозволяє нам запропонувати базове визначення *маніпулювання* – це різновид духовного, психологічного впливу приховане й майстерне виконання якого призводить до вживлення в психічні структури особистостей, соціальних груп, суспільств або планетарного соціума цілей, намірів, ставлень або установок, які не відповідають реально існуючому бажанню й наступного виконання вкладеної мети.

Сьогодні вище зазначені засоби досягли такої міри витонченості, що навіть виявлення самого факту маніпулювання в соціокультурній реальності масового суспільства нерідко вимагає досконалого знання його природи і механізмів.

При цьому, на основі проведеного дослідження ми можемо прийти до висновку, що *українське суспільство* можна охарактеризувати фактично усіма базовими характеристиками масового суспільства: індустріалізація, урбанізація, бюрократизація суспільного життя, стандартизація виробництва та масове споживання, поширення засобів масової комунікації [3, с. 350].

Слід зауважити, що вже класична література з проблематики маніпуляції не стільки протиставляє «масове суспільство» демократичному, скільки розглядає перше, як своєрідну соціально-психологічну характеристику останнього. (Окреслену особливість ми можемо прослідкувати у науково-теоретичних розробках таких мислителів, як: Шибутані Т., Московічі С., Лебон Г., Ортега-і-Гасет Х., Юнг К.Г., Канетті Е., Фромм Е., Рісмен Д., Ясперс К., Маркузе Г., Мілс Р. та інші). Це пояснюється тим, що «масове суспільство» тісно пов'язане з наявністю масової демократії, загальним виборчим правом, яке базується на уявленні про рівні можливості людей бути залученими до владних відносин. Скажімо, американський вчений Т.Шибутані, прямо пов'язує становлення «масового суспільства» з демократизацією, тобто включенням у суспільно-політичні процеси величезної кількості людей, поведінка яких організується через канали масової комунікації [4, с. 513].

Напрошується висновок, що саме масова комунікація є тим своєрідним соціально-інформаційним полем сучасної соціокультурної реальності, яке не лише з'єднує й структурує діяльність демократичного суспільства, а й уможливорює використання в останньому маніпулювання.

При цьому масова інформація може *передаватися* трьома основними способами комунікації: завдяки засобам масової комунікації, через організації та через неформальні контакти.

Таким чином, головним джерелом і засобом розповсюдження інформації необхідної для функціонування суспільних інститутів в сучасних демократичних суспільствах є *масова комунікація*, що націлена на формування суспільної свідомості та її спрямування у

певному напрямку.

Це, в свою чергу, здійснюється за допомогою специфічних інститутів – засобів масової комунікації. Відповідно, все більших обертів набирає тенденція перетворення ЗМК із інструмента впливу на громадську думку на інструмент її цілеспрямованого формування. ЗМК, завдяки своїм величезним можливостям впливу і охопленням аудиторії, створюють не лише думки про події. Вони роблять з події новину, і, поміщаючи її у символічний простір, інтерпретуючи її, фактично відтворюють цю подію. Створюється цілісна система інтерпретації, з якої не може вислизнути жодна подія і в якій зникає будь-яка випадковість. Показовими в даному випадку є наступні *особливості масової комунікації*: обмежений і контрольований доступ до засобів передачі інформації; асиметричність (незбалансованість) відносин сторін, що передають і приймають інформацію; велика кількість реципієнтів; вплив інституціональних приписів тощо.

Неодмінно слід зауважити, що мас-медіа неодноразово декларується як невід'ємна складова механізму функціонування демократії, її ціннісних і нормативних засад. Але досить рідко акцентують увагу на тому, що сучасні ЗМК є не просто дзеркалом відображення реальності, але й знаряддям створення в суспільній свідомості «картини реальності». А відтак – функціонують як інструмент впливу на масову свідомість. Адже запланована ціль та спрямованість інформації виявляються важливішими за її об'єктивність. Це дає підстави розглядати маніпулювання як *соціальну технологію*, що дозволяє здійснювати прихований соціально-психологічний вплив на свідомість людей з метою реалізації інтересів окремих осіб, соціальних груп і організацій. Таким чином, розгортаються масові маніпулювання, що передбачають вплив на широку масу шляхом підміни інтересів реципієнта інтересами комуніканта.

При цьому доводиться констатувати відсутність системи високих цінностей у громадській *свідомості українського суспільства*. За даними соціологічних досліджень, питома вага тих, хто відчуває нестачу норм та цінностей, що об'єднують людей у суспільстві, у 1995-2002 рр. зросла з 32,2 до 38,8%. Адже, значний спад відбився не тільки на сферах, що визначають спільний економічний та зовнішньоекономічний інтерес, а й на тих, які створюють відчуття національної єдності позаекономічними та позаполітичними засобами (наука, спорт, мистецтво, кінематограф тощо) [5, с. 101].

Масова комунікація забезпечує також функціонування символічної влади, під якою розуміють особливий вид комунікацій, спрямований не на «раціональне» осмислення подій, а на формування стійких переконань у аудиторії за рахунок інсценувань. Символ використовується як образна конструкція, що має

зобразити «наче» реальність з будь-якої сфери реальної діяльності. В акті символічної комунікації не має потреби пояснювати, що повинно бути зроблено владою і що робиться насправді. Тут лише відтворюється концентрована, спрощена та й однозначна у даному контексті інтерпретація ситуації.

Масова комунікація сприяє розповсюдженню *соціальних міфів* – ілюзорних ідей, що містять певні цінності й норми, які сприймаються переважно на віру, без раціонального, критичного їх осмислення.

На думку американського професора Г.Шиллера, основними соціальними міфами за допомогою яких формується індивідуально-масова свідомість в сучасних демократичних суспільствах є:

- ◆ міф про індивідуальну свободу і особистий вибір громадян;
- ◆ міф про нейтралітет найважливіших політичних інститутів: конгресу, суду, і президентської влади, а також ЗМІ;
- ◆ міф про незмінну егоїстичну природу людини, її агресивність, схильність до накопичування і споживання;
- ◆ міф про відсутність в суспільстві соціальних конфліктів, експлуатації та пригнічення;
- ◆ міф про плюралізм ЗМІ, що в дійсності, не дивлячись на їх значну кількість, контролюються великими рекламодавцями і урядом і є єдиною індустрією ілюзорного світу [6, с. 42].

Ці міфи реалізуються за допомогою наступних *засобів маніпулювання свідомістю*:

- ◆ Подрібнення та фрагментація, сенс яких полягає у локалізованому підході до проблеми, що спричиняє неможливість осягнути проблему в цілому.
- ◆ Нагальність у передачі інформації, адже акцент на ній створює відчуття важливості предмету інформації. Наслідком цього є послаблення у людини здатності розмежовувати інформацію за ступенем важливості тощо.

Відповідно, якщо система масової комунікації є підґрунтям маніпулювання в сучасних демократичних суспільствах, то конкретними технологіями його здійснення можна вважати *PR, рекламу і пропаганду*.

Смислова структура *PR-маніпуляцій* складається з щонайменше чотирьох основних макрорівнів організації соціального дискурсу.

До першого, глибинного рівня можна віднести рівень макроінтенції (загального комунікативного наміру), яка є організуючою і об'єднуючою як для окремого дискурсу, чи послідовності дискурсів, так і для окремої інформаційної кампанії.

До другого, організуючого (фільтруючого) рівня належать стереотипізовані твердження про: категорії (схеми) мислення, які формуються у індивідуумів за рахунок особистого досвіду або абстрактного процесу мислення. Ці категорії (схеми) можуть роз-

ширюватися й уточнюватися, коли і прямий, і непрямий досвіди породжують сумніви щодо їх точності та повноти. Непрямий досвід, що може сприяти створенню категорій (схем) мислення, чи їх модифікації у інформаційному суспільстві, включає, перш за все, «мас-медійні історії», які є «збідненими» версіями реальності.

До третього, організуючого рівня належать різноманітні комунікативні стратегії, що досліджуються в межах двох основних підходів: реляційного і тематичного. Реляційний підхід робить акцент на стратегіях дискурсу, що описують мовні дії комунікантів з точки зору їх ставлення до попередніх/наступних мовних дій суперника. Ці стратегії можна підрозділити на ініціальні (атака й продаж) та відповідні (захист, ігнорування, перехоплення ініціативи («я також... я краще»)). Тематичний підхід має справу з описом змістовної спрямованості стратегій дискурсу. Тематичні стратегії можуть бути позиційними і конфронтаційними. До позиційних слід віднести наступні: 1) створення «поставлених подій»; 2) створення псевдоподій; 3) стратегія призначення на державні або внутрішньопартійні посади; 4) створення спеціальних підрозділів для дослідження гострих соціальних (або екологічних) проблем; 5) проведення переговорів або консультацій з світовими лідерами; 7) стратегія маніпулювання соціально-економічними проблемами тощо. До конфронтаційних тематичних стратегій відносяться такі, як: 1) критика діяльності опонентів; 2) наступальна позиція в полеміці; 3) заклики до позитивних змін; 4) підкреслений оптимізм; 5) делегування критики задля відсторонення від демагогічної риторики тощо [7, с. 101-113].

До четвертого, елементарного рівня *PR-маніпуляцій* належать тактики та прийоми впливу на адресатах маніпуляцій. Цей рівень представлений прийомами навіювання і переконання. До прийомів навіювання відносяться: тверді заяви, що подаються як факт; оперування порівняльними матеріалами; цілеспрямований відбір фактів; посилення та послаблення висловлювань тощо.

Прийомами переконання є: відбір і традиційне подання тільки позитивних чи тільки негативних фактів; подання тверджень чи запитань, що можуть викликати емоційну реакцію об'єкта переконання; використання образливих епітетів та метафор; експлуатацію сакральних для народу понять та почуттів; підміну значень тощо.

*Реклама* також, опирається на маніпулятивні технології, найяскравішою, серед яких є так звана «приписувана» харизма, суть якої полягає в специфічній організації іміджу в процесі комунікації. Така організація виражається у приписуванні об'єкту надзвичайних рис, та закріпленні їх на соціальному рівні – через послідовне і масове поширення того чи іншого «харизматичного» образу. Маніпулятивні зусилля

скеровуються на створення та утримання в суспільній свідомості такого образу.

Основним способом маніпулятивного впливу на широку громадськість, що використовується в рекламі є цілеспрямоване просування стереотипів й образів. При цьому, стереотип – це спрощене уявлення про соціальне явище чи певного суб'єкта, яке має яскраве емоційне забарвлення і прямо не слідує з власного досвіду індивіда. Створення такого уявлення передбачає апеляцію до емоційної сфери особистості, що є особливо ефективним у випадку великого скупчення людей, останнє уможливує використання механізму масового зараження, який в декілька разів посилює потрібну емоцію [8, с. 185].

Іншим звичним механізмом створення образів і стереотипів є посилення ідентифікації особистості з групою, за якого робиться акцент на тому, що все населення... вірить і думає саме так, а не інакше. Показовим у цьому сенсі є феномен «спіралі мовчання».

Важливою технологією маніпулювання у сучасних демократичних суспільствах лишається *пропаганда*. Остання орієнтується на так званний «психологічний натопк». Одночасно здійснюється вплив на різні органи чуття, під час отримання інформації з радіо, кіно і телепередач, плакатів на вулицях, коли сприймаються одні й ті ж образи і стереотипи, які міцно закріплюються в нашій свідомості. Основне завдання пропагандистського маніпулювання – приховати соціальну реальність за ілюзорними розмовами про цю реальність, задати способи інтерпретації подій, орієнтуючись на власну вигоду. Вкрай влучним є визначення пропаганди Г. Блуммером, як умисно зпланованої кампанії, з метою примусити людей прийняти обрану точку зору, настрої або цінність [9, с. 128].

Ілюстративним прикладом цього є застосування мистецьких образів для формування громадської думки, нав'язування тієї чи іншої ідеї. Досить показовим в данному випадку є спроба виступити проти будь-якого насильства і маніпулювання здійснена, зокрема, у кінострічці Марка Захарова «Вбити дракона». «Вбити дракона в собі» – провідне гасло цієї кінострічки – означає подолати звичку до покори. Але, особливо репрезентативним є транслявання цього фільму по телебаченню напередодні дня голосування на виборах Президента України, – що ж, мистецькі засоби – це не агітація, проте інколи вони мають більший вплив, ніж пряма дія, сприяючи усвідомленню непростого шляху вибору та його наслідків... [10, с. 152-153].

В межах пропаганди маніпулювання здійснюється на основі систематичного використання дезінформації. Данна методика передбачає приховання відомостей, спотворення повідомлень, розповсюдження брехливої інформації чи підміну істинних відомостей

хибними. До основних пропагандистських маніпулятивних технологій слід віднести: особисті свідчення (тобто залучення для доказу своїх підходів оцінок людини з вулиці, лідера або спеціаліста, чий образ і авторитет є найбільш прийнятною «упаковкою» для відповідної ідеї); багатоманітні способи «героїзації дійсності» (що примушують людей повторювати чийсь «подвиги»); логічні «пастки», які штучно створюють деякі протиріччя в оцінці ситуації, а потім пропонують людині «єдиний вихід» із ситуації. Показовим у цьому плані є використання так званого ефекта когнітивного дисонансу (Л. Фестінгер). Людину, що стикається з двома несумісними оцінками подій, підводять до того, що спосіб ослаблення цього внутрішнього конфлікту нерозривно пов'язаний із збереженням власної гідності. А, це вимагає від неї внутрішньої згоди із запропонованим способом спотворення інформації [11, с. 117-118].

Отже, реалії сучасних демократичних суспільств фактично демонструють всеохопність маніпулятивного характеру. Все більших обертів набирає поширення технологій маніпулювання, що наскрізно проходять через всю політичну систему суспільства. Мистецтво брехні часто подається в обгортці технократичних методів професійного розв'язання проблем [12, с. 72].

Цілком очевидно, що маніпулятивний вплив досягає свого апогею в країнах, що тільки стали на шлях демократичних перетворень. Українські ж реалії, в яких ці процеси відбуваються з певними особливостями є конкретно-історичним прикладом подібної тенденції.

Внаслідок певної ізольованості Радянського Союзу наша країна раніше не відчувала настільки сильного впливу, зараз же ми можемо спостерігати його посилення і в Україні. Розпад СРСР, крах комуністичних ідеалів, критика марксистсько-ленінської ідеології виявилися переламними для розвитку культури в українському суспільстві.

Хоча процес демократизації й був узаasadничений на принципах рівності та свободи, однак протиріччя доби переходу суспільства від комуністичного режиму до демократії зумовив формування так званого «перехідного» типу особистості, який характеризується амбівалентністю ставлення до суспільних перетворень [13, с. 25].

Посткомуністичні ж стереотипи, нерозвиненість національної ідеї, відсутність досвіду існування з власними культурними цінностями призвели до того, що значна частина українців й досі не ідентифікує себе з власним культурним простором [14, с. 9].

При цьому усі види маніпуляцій набувають інваріантних проявів в сучасних українських реаліях, тому що, як стверджує М. Попович «...де люди активно чогось хочуть, ними маніпулювати фактично неможливо. Маніпулювати можна тільки там, де люди більш-менш

байдужі» [15, с. 308].

Водночас, демократична парадигма суспільного устрою вимагає від правлячих еліт підпорядкування своїх владних інтересів інтересам суспільства, вбачаючи критерій ефективності влади передусім у задоволенні потреб громадянського суспільства. Маніпулювання ж призводить до зниження творчого потенціалу населення, «спрощення» суспільної свідомості, зменшення її інноваційної активності внаслідок включення цієї свідомості в комунікацію як пасивного об'єкта маніпулювання. Все це, вочевидь, блокує процес демократизації суспільства. Тривала й постійна експлуатація суспільної свідомості через застосування маніпулятивних технологій може призвести до вкрай негативних наслідків.

Зрозуміло, що за таких обставин світова громада й передусім кожен вільний громадянин демократичного суспільства має навчитися протистояти маніпулюванню. Це в першу чергу стосується ідентифікації себе з певними цінностями, способами і стилем життя переглядаючи свої установки, цінності, норми, тощо [16, с. 184].

Тим самим, постає проблема вибору ефективних й оптимальних способів управління суспільно-політичними процесами, автентичних демократичному устрою. Змістом цієї проблеми можна вважати питання, щодо можливості та зацікавленості сучасної еліти у відході від «спрощених» засобів впливу на «багатоправних» громадян й подальшого конструктивного соціокультурного розвитку. Таким чином, тематика маніпулювання в демократичних суспільствах вимагає подальшої науково-теоретичної розробки. Зокрема, потребують осмислення питання, що пов'язані як зі способами виявлення методів і загалом технологій маніпулювання в сучасних демократичних суспільствах, так й з пошуку альтернативних, позбавлених маніпулятивного арсеналу шляхів управління демократичною громадою. Самоідентифікація соціуму в поєднанні з реальним втіленням демократичних цінностей і принципів має бути перспективою цивілізаційного поступу.

Майбутнє людської цивілізації має прокласти новий альтернативний шлях до максимального використання своїх потенційних можливостей, до усвідомленого впливу на свій власний розвиток.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. – Москва: ЧеРо, 1997. – 334 с.
2. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – К.: Оріан, 2000. – 448с.
3. Ольшанский Д. В. Основы политической психологии / Д. В. Ольшанский. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – 368 с.
4. Шибутани Т. Социальная психология / Т. Шибутани; пер

с англ. В.Б. Ольшанского. Ростов н/Д.: изд-во «Феникс», 1999 – 544 с.

5. Громадянське суспільство в сучасній Україні: специфіка становлення, тенденції розвитку / За заг. ред. Ф.М. Рудича. – К.: Парламентське вид-во, 2006. – 412 с.
6. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием / Г. Шиллер; пер. с англ.; науч. ред. Я.Н. Засурский. – М.: Мысль, 1980. – 326 с.
7. Зернецька О., Зернецький П. PR-маніпуляційний вплив. Комунікативна теорія і практика // Політичний менеджмент / О. Зернецька, П. Зернецький. – 2003. – №3. – с. 101-113.
8. Политическая реклама / науч. редактор А.А. Бирюков. – М.: Никколо-Медиа, 2002. – 2-е. – 240 с.
9. Пугачев В.П. Введение в политологию: Учебник для студентов высш. Учеб. Заведений. 3-е изд., перераб. и доп. / В.П. Пугачев, А.И. Соловьев. – М.: Аспект Пресс, 1999. – 447 с.
10. Лозниця С.А. Маніпуляція свідомістю: історико-культурні засади // Філософська думка / С.А. Лозниця. – 2008. – №1. – с. 142-155.
11. Цуладзе А. М. Политические манипуляции, или Покорение толпы / А. М. Цуладзе. – Москва: Книжный дом «Университет», 1999. – 144 с.
12. Кін Джон. Масс-медіа і демократія / Джон Кін; пер. з англ. О. Грищенко, Н. Гончаренко; літ ред. О. Грищенко. – К.: К.І.С., 1999. – 134 с.
13. Головаха Е. Особливості політичної свідомості: амбівалентність суспільства та особистості // Політологічні читання / Е. Головаха. – 1992.- №1. – с. 24-39.
14. Ішук В. Україна: проблема престижності та ідентичності (масова свідомість і культура, як суб'єкти формування громадської та національної свідомості) / В. Ішук. – К.: «Смолоскип», 2000. – 92 с.
15. Кочубей Л. О. Вибірчі технології: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Л.О. Кочубей. – Київ: Український центр політичного менеджменту, 2008. – 332 с.
16. Воронина Н. И. Массовая культура // Вопросы философии / Н. И. Воронина. – 2005. – №8. – с. 184-187.

**Ключові слова:** масове суспільство, демократичне суспільство, маніпуляція, технології маніпулювання.

**Застольская В. Манипуляция как способ формирования ценностно-нормативных представлений в современных демократических обществах. В статье анализируется феномен манипуляции. Определяются особенности и технологии ее осуществления в современных демократических обществах.**

**Ключевые слова:** массовое общество, демократическое общество, общество, манипуляция, технологии манипуляций.

**Zastol'skaya V. Manipulaciya as a method of forming of cennosno-normative presentations in modern democratic societies. The article is devoted to analysis phenomenon of manipulation. Particularities and technologies of manipulative influence in the contemporary democratic societies context are considered.**

**Key words:** mass society, democratic society, society, manipulation, technologies of manipulations.