

Візниця Юрій Васильович

Доцент кафедри соціології та масових комунікацій
Криворізького державного педагогічного університету,
кандидат соціологічних наук, доцент

ПЕРСУАЗІЯ ЗВЕРНЕННЯМ ДО АВТОРИТЕТУ: АРГУМЕНТАЦІЯ І МАНІПУЛЯЦІЯ

Персуазивність визначають як «інтерактивний комунікативний процес, у якому відправник повідомленням прагне вплинути на світогляд, ставлення та поведінку його одержувача» [1, 21-26]. Переконавання аудиторії в ідеї, яку несе в собі цифровий контент, є вирішальним в досягненні ефективності звернення. З «цією метою широко використовуються техніки персуазії, до яких належать:

- переконання (наведення причин, використання фактів, даних, матеріалів досліджень, аналітичної інформації);
- повторення (перефразування аргументів, подання інформації з різних боків);
- послідовність (докази підкріплюють один одного, впливають один з одного та не суперечать один одному);
- порівняння (проведення аналогії з чимось, що аудиторія вважає правдою/істиною);
- прогнозування (передбачення майбутнього, до чого може призвести наявний стан справ, для чого доцільно застосовувати логічні та послідовні докази);
- виокремлення (апелювання до конкретної групи, до якої належить співрозмовник);
- спростування закидів і контраргументів (коментування всіх можливих закидів заздалегідь, щоб роззброїти опонентів);
- природність (мова повинна бути природньою, без надмірної термінології, канцеляриту, не надто фамільярна);
- резонування з емоціями (емпатія, резонанс із наболілими питаннями);
- наративність (переконання за допомогою історій);
- від проблеми до рішення (формулювання й опис проблеми, підсилення її аспектів від менш важливих до важливіших та пропозиція вирішення)» [2].

Наведені техніки персуазивності при їх коректному використанні є виправданою і дієвою аргументацією, що сприяють донесенню до споживача контенту ідей автора, залучення аудиторії до авторської позиції і спонукання до певного чину висновків, думок та дій. Разом з тим використання таких технік передбачає високий рівень володіння ними, вимагає значних витрат часу та енергії, потребує значного обсягу

м. Одеса, 23 березня 2023 р.

контенту. Водночас переважна більшість споживачів контенту більше налаштована на стислу інформацію, яка сприймається легко і вимагає мінімуму когнітивних зусиль. Це підштовхує авторів до використання авторитетно-аргументативної моделі трансформації контенту та залучення техніки апеляції (або звернення) до авторитету, яка полягає у використанні в якості аргументу точки зору авторитетів (високопосадовців, офіційних заяв державних інституцій, відомих громадських організацій, вчених, експертів, релігійних діячів, авторитетних ЗМІ, осіб, яких загал вважає компетентними в тій чи іншій справі, а також статистичних даних, результатів наукових досліджень).

Авторитет є невід'ємним атрибутом будь-якої людської спільноти, запорукою її існування. Протягом століть авторитет старійшин, влади, традицій був вирішальним. В релігійних практиках споконвіку і донині звернення до авторитетів носить домінантний характер в аргументаціях. Наскільки глибоко в людській підсвідомості залягають витоки здатності і готовності до підкорення авторитету було показано у відомому психологічному експерименті Стенлі Мілгрема в 1963 році [3].

Дієвою є апеляція до авторитету, яка реалізується завдяки тому, що автор наводить у якості аргументів статистичні дані чи результати наукових досліджень. Сукупність фактів спричиняє значний вплив на аудиторію, бо достовірність джерел інформації не викликає сумнівів, хоча всі знають, що статистичні дані можуть бути неправильними, а науковці іноді помиляються у своїх припущеннях. Проте аудиторія вірить подібним даним, адже ця тактика базується переважно на раціональних аргументах.

До умов коректного звернення до авторитету необхідно включити наступні:

1. Коректність самого аргументу має пріоритет над авторитетністю.
2. Авторитет має бути фахівцем саме в питанні дискусії.
3. Неупередженість авторитета.
4. Дотримання принципу репрезентативності при наведенні даних.
5. Коректною має бути і процедура аналізу протиріч у висновках різних авторитетів.

Наведені умови можна віднести до виправданої та коректної аргументації. Разом з тим, слід вказати і на зловживання в апеляціях до авторитету та недобросовісне, маніпулятивне використання цієї техніки переконання (персуазії). Серед маніпулятивних тактик треба зазначити такі, як:

- непомильний авторитет – звернення до авторитету, і подальше ствердження, що лише цього авторитету достатньо для істини

хоча зрозуміло, що абсолютними знаннями, навіть у вузькій сфері, не володіє жодна людина;

- звернення до впевненості – позиціювання себе, як джерела істинного знання. Наприклад: «Вірте мені, я точно це знаю!»;
- анонімний авторитет – тобто звернення без конкретного посилання [4].

Доречним здається вказати на такий маніпулятивний прийом як апеляція до відсутності авторитету. Зокрема, це нерідкий прийом у політиці, коли «пересічна» (середньостатистична) людина наділяється більшим здоровим глуздом, ніж знавець. Наприклад: «Пересічна людина бачить більш реальну картину економічного достатку, ніж економісти у своїй замкнутій групі зі своїми мертвими статистиками» [4].

Російська пропаганда систематично цитує західних проросійських політиків чи публічних осіб для просування дезінформаційних наративів [5]. Агітпроп видає проросійську позицію окремої особи за узагальнену громадську думку в тій чи іншій країні. Серед таких експертів, наприклад експерт глави Пентагону полковник Дуглас Макгрегор, американський публіцист Дуг Бендоу та інші [5].

Таким чином апеляція (звернення) до авторитету, за умов дотримання принципів коректного використання, може бути дієвим аргументом переконання (персуазії) аудиторії, залучення її на бік точки зору автора та спонукання споживачів контенту до тих чи інших ідей та вчинків. Разом з тим, некоректне та недобросовісне звернення до авторитету перетворюється на засіб прихованої маніпуляції.

Список використаної літератури

1. Jowett G. S. Propaganda and Persuasion. Thousand Oaks, CA : Sage, 2012. 432 p
2. Лесь Белей. Мистецтво переконувати. Український кризовий медіа-центр. 2020. Вилучено з: <https://uacrisis.org/uk/mystetstvo-perekonuvaty>
3. Стенлі Мілгрем. (2019). Погляд експериментатора. Видавництво Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля». Електронна книга. *Погляд експериментатора*. (с. 249). Вилучено з : <https://www.yakaboo.ua/ua/pokora-avtoritetu-pogljad-eksperimentatora-1868131.html>
4. Дмитрук А. Звернення до авторитету. Філософія і релігієзнавство. 2018. Вилучено з: <https://tureligious.com.ua/zvernennya-do-avtorytetu/>
5. Вікторія Намістник. Тактики. Як російська пропаганда використовує тактику апелювання до авторитету. ГО «Детектор медіа». DisinfoChronicle. 2023. Вилучено з : <https://disinfo.detector.media/post/yak-rosiiska-propahanda-vykorystovuie-taktyku-apeliuvannia-do-avtorytetu>