

Політичні процеси та інститути

Кравчук О. Ю.,

*кандидат політичних наук, викладач Національного університету
кораблебудування імені адмірала Макарова*

Сонечко О. С.,

*викладач Національного університету кораблибудування імені адмірала
Макарова*

ПОЛІТИЧНЕ МАНІПУЛЮВАННЯ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ОБМЕЖЕННЯ

Визначені методи та шляхи політичного маніпулювання, представлена їх характеристика. Охарактеризовані операції в ході політичного маніпулювання. Визначена роль ЗМІ в перехідні періоди суспільного розвитку, що може змінити політичну свідомість, ціннісні орієнтації і цілі широких верств населення і добитися масової підтримки політики соціальних перетворень.

Ключові слова: політичне маніпулювання, соціальний контроль, свідомість, політичні інститути, соціальне управління, модель поведінки.

Найбільшу небезпеку для громадян і демократичного державного устрою являє використання ЗМІ для політичного маніпулювання — прихованого управління політичною свідомістю та поведінкою людей з метою примусити їх діяти (або не діяти) всупереч власним інтересам, створюючи при цьому ілюзію вільного вибору. Задля того, щоб створити «нові образи», «нове мислення», «нове розуміння» серед громадян, політики різного рівня за допомогою ЗМІ встановлюють соціальний контроль за поведінкою, свідомістю та світосприйняттям суспільства, або його частиною. Досягнення такого контролю відбувається завдяки спотворенню соціальних реалій, формування у людей інших, вигідних для влади уявлень щодо можливостей, завдань та повноважень політичних інститутів.

Вимагаючи більшої гнучкості в політиці, маніпулювання як спосіб соціального управління має для його суб'єктів ряд переваг порівняно із силовими й економічними методами панування. Воно здійснюється непомітно

для керованих, не тягне за собою безпосередніх жертв і крові, не вимагає великих матеріальних витрат, які необхідні для підкупу або заспокоєння численних політичних супротивників. Для кожного виду маніпулювання характерна певна ілюзія, закритість, невидима схема, вплив на свідомість психіки з метою побудови тих чи інших переваг або переконань.

Маніпуляція має великий успіх, коли об'єкт маніпуляції вірить, що все, що відбувається, неминуче і природно. Для маніпуляції потрібна фальшива дійсність, в якій її присутність не буде відчуватися.

До основних методів здійснення впливу політичних маніпуляцій на громадян суспільства можна віднести штучно розроблені штампи, моделі поведінки, іміджі та мовні формули, використання яких так, чи інакше впливає на громадян. В залежності від країни до цього переліку ми можемо додавати певні економічні сподівання, релігійні чи антирелігійні настрої, моменти, що пов'язані з національною свідомістю або самоідентичністю, деякі аспекти соціального забезпечення тощо. Створення та поширення певних стереотипів надає можливість владі саме маніпулювати населенням, відволікати цього, створюючи видимість реальності, а не вирішувати дійсно необхідні проблеми.

Під пропагандистською маніпуляцією слід розуміти послідовне і цілеспрямоване управління масовою свідомістю (а через нього, в результаті – і поведінкою), звернене переважно до ірраціональної сфери сприйняття, що спирається на навіювання і ставить своїм завданням запобігання соціальних конфліктів.

Мета політичного маніпулювання-отримання, реалізація і збереження влади. На нинішньому етапі життя нашого суспільства ці цілі досягаються шляхом виборів. Успіх на виборах неможливий без значної суспільної підтримки (якщо не брати випадки прямої фальсифікації виборчих бюлетенів). Отже, цілі маніпуляторів зводяться до формування у виборців певної думки і спонукання їх підтримати на виборах дану соціальну групу. Маніпулятор повинен вгадати соціальне очікування і запропонувати оптимальний образ кандидата або

програму (варіант - переконати в тому, що наявна у кандидата програма і є оптимальна).

Як показують емпіричні дослідження, у своїй більшості виборці зазвичай оцінюють кандидата на посаду президента чи члена парламент за його *іміджем*. У країнах Заходу успішно розвивається цілий напрям рекламного бізнесу — *іміджмейкінг*, тобто створення привабливих для виборців образів політичних діячів. Наймані за великі гроші професіонали іміджмейкери та організатори виборчих кампаній диктують претендентам не тільки форму одягу і манери поведінки, але і зміст виступів, які рясніють привабливими обіцянками, що зазвичай забуваються відразу ж після перемоги на виборах.

Люди, для яких іміджмейкінг є професією, розуміють, що той чи інший політичний діяч завжди є певним політичним символом, уособленням очікувань чи сподівань населення. Тому, імідж будь-якого представника влади розглядається як уявлення суспільства про відповідне виконання певної соціальної ролі. Імідж політика складається з великої кількості різних характеристик: управлінські здібності, особистісні якості, близькість до народу, професійна компетентність тощо. Іміджмейкери зазвичай обирають та «розкручують», доносять до населення такі факти та інформацію про політика, такі його якості, що сприймаються населенням здебільшого позитивно; таке конструювання характеристик дозволяє створити найбільш привабливий образ, на який очікують виборці. Тобто, ці фахівці якраз і маніпулюють настроями та сподіваннями людей, демонструють їм ту людину, яка, по суті, може вирішити проблеми громадян, почути та зрозуміти їх.

Політичне маніпулювання передбачає наступні операції:

- впровадження в суспільну свідомість під виглядом об'єктивної інформації бажаного для деякої групи змісту;
- вплив на «больові точки» суспільної свідомості, що збуджують страх, тривогу, ненависть і т. п.;
- реалізація декларованих і прихованих задумів, досягнення яких маніпулятор пов'язує з підтримкою громадською думкою своєї позиції.

Можливості маніпулятивного використання ЗМІ великі, але не безмежні. Межі маніпулювання громадською думкою визначаються перш за все вже сформованою масовою свідомістю, стереотипами і поглядами людей. Для того, щоб бути ефективним, маніпулювання має спиратися на менталітет та сформовані у часі уявлення населення. Хоча під впливом пропаганди й вони поступово можуть змінитися. Не останню роль в цьому може відігравати державна ідеологія, відповідна політична реклама, штучно створені соціальні, політичні та економічні очікування населення.

Істотними перепонами для маніпулювання є власний досвід людей, а також неконтрольовані владою системи комунікацій: сім'я, знайомі та друзі, інтеракційної групи, що складаються в процесі навчальної, виробничої та іншої діяльності і т. п.. За умов панування будь-якого режиму в країні завжди буде існувати опозиція, наявна чи прихована, чії представники завжди намагатимуться доносити інформацію, відмінну від офіційної, до інших. Однак політичне маніпулювання, особливо при монополії його ініціаторів на ЗМІ, економічну і політичну владу, здатне обходити ці бар'єри, оскільки спеціальні можливості індивідуального та групового досвіду стосовно до політики обмежені і допускають різні інтерпретації.

Демократичний контроль з боку суспільства за мас-медіа, звісно, не має нічого спільного з попередньою цензурою, існуючої у тоталітарних і авторитарних державах, і не є порушенням свободи слова та вираження думок. Інформаційна, політична і будь-яка інша свобода одних людей вимагає обмежень у тих випадках, коли вона порушує свободу і права інших громадян і цілих держав. Так само, як політична та економічна влада, інформаційна влада повинна відчувати певний контроль з боку суспільства.

Політико-комунікаційне виховання молодого покоління набуває все більшого поширення в західних демократіях. Очевидно, що воно ще більш необхідне посткомуністичним країнам, в яких грамотність населення в області масових комунікацій низька, або майже відсутня, а можливості їх використання в маніпулятивних цілях високі. Лише комплексно вирішуючи різні проблеми в

області масових комунікацій на основі врахування світового досвіду і власних суспільних реальностей, ці країни зможуть створити ефективну і життєздатну демократію.

Особливо велика роль ЗМІ в перехідні періоди суспільного розвитку, оскільки без їх активної діяльності неможливо змінити політичну свідомість, ціннісні орієнтації і цілі широких верств населення і добитися масової підтримки політики соціальних перетворень. За умов, коли у суспільстві відбувається перехід від одного режиму до іншого, коли змінюється політична влада, саме ЗМІ, їх робота та методи подання інформації можуть неабияким чином вплинути на формування суспільної думки і, відповідно, на становлення нового типу політичних відносин. Те, наскільки сильно при цьому будуть задіяні маніпулятивні процеси та можливості, свідчитиме або про наявність громадянського, демократично орієнтованого напрямку розвитку держави, або про недостатню впевненість у демократичному майбутньому та спокуси звернутися до більш суворого політичного режиму, в умовах якого простіше керувати суспільством за допомогою маніпулювання.

Методи політичних маніпуляцій постійно вдосконалюються. Дія політичних маніпуляцій реалізується не стільки в тому, що люди голосують за потрібного кандидата, скільки в тому, що населення взагалі сприймає виборний інститут як єдину легітимну та ефективну форму вираження народної волі. Людина, що йде на вибори і щиро сподівається в їх ході вплинути на життя держави, - вже жертва маніпуляції, за кого б він не ставив свою галочку в бюлетені.

Враховуючи вищезазначені реалії сьогодення, ми повинні погодитися з тим, що політичні маніпуляції - невід'ємний елемент сучасного політичного життя. І вже від рівня політичної освіченості громадянина залежить ступінь впливу політичних маніпуляцій на його свідомий вибір.

Список використаних джерел:

1. Доценко Е. Психология манипуляции. Москва, 2014. С.354
2. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. Москва 2007. С. 863.

3. Лернер М. Развитие цивилизации в Америке. Москва, 2010. С. 671.
4. Лисовский С., Евстафьев В. Избирательные технологии: история, теория, практика. Москва, 2007. С. 320.
5. Політологічний енциклопедичний словник / упорядник В. П. Горбатенко; за ред. Ю. С. Шемшученка, В. Д. Бабкіна, В. П. Горбатенка. 2-е вид., доп. перероб. Київ: Генеза, 2004. 736 с.