

Міністерство освіти і науки України

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

Факультет соціальних наук і соціальних технологій

Кафедра зв'язків з громадськістю, психології та педагогіки

Магістерська робота

освітньо-кваліфікаційний рівень - магістр

на тему: **«Проблема використання маніпулятивних PR технологій в політичній комунікації в Україні»**

Виконав: студент 2-го року навчання,
Спеціальності
8.03060101 – Менеджмент організацій і
Адмінування (зв'язків з громадськістю)

Чариков Антон Володимирович

Керівник Наумов В.О.
Кандидат філософських наук, доцент

Рецензент Копець Л.В.

(прізвище та ініціали)

Магістерська робота захищена

з оцінкою
« 91/4 »

Секретар ДЕК Костенко С.С.
« 13 » червня 2013 р.

Київ 2013

ЗМІСТ

Вступ	(стор. 3)
Розділ 1. Маніпулювання в процесі політичних комунікацій, як засіб досягнення та збереження політичного домінування	(стор. 8)
1.1 Сутність та характеристика явища маніпуляції.....	(стор. 8)
1.2 Розвиток теоретичних підходів та ПР технологій маніпуляції в політичній комунікації.....	(стор. 17)
1.3 Теоретико-психологічні підходи до вивчення процесів формування особистісних установок та переконань.....	(стор. 26)
Розділ 2. Зміни у ставленні та використанні маніпулятивних технологій в процесі суспільного розвитку та особливості їх застосування у сучасному інформаційному суспільстві	(стор. 31)
2.1 «Вдосконалення механізмів» маніпулятивного впливу в умовах сучасного інформаційного суспільства та процесу глобалізації.....	(стор. 31)
2.2 Вплив ЗМІ на формування громадської думки та їх роль сфері сучасних технологій політичної маніпуляції і процесів переконання.....	(стор. 37)
2.3 Аналіз використання маніпулятивних технологій в сучасному пострадянському політико-комунікаційному просторі Росії.....	(стор. 40)
2.4 Аналіз використання маніпулятивних технологій в сучасному політико-комунікаційному просторі України.....	(стор. 50)
2.5 Межі використання маніпулятивних технологій та їх наслідки.....	(стор. 59)
Розділ 3. Аналіз механізмів протидії впливу технологій політичного маніпулювання	(стор. 65)
3.1 Інструменти і механізми маніпулятивного впливу та можливі способи протидії їм.....	(стор. 65)
3.2 Необхідні умови функціонування та фактори, що впливають на зниження ефективності маніпулятивного впливу.....	(стор. 85)
3.3 Рекомендації щодо мінімізації негативного впливу маніпулятивних технологій в політичній комунікації в Україні.....	(стор. 95)
Висновки	(стор. 104)
Список джерел та літератури	(стор. 107)

Вступ

Одним з понять, яким наука характеризує сучасний стан суспільства та епоху в цілому, поряд з існуючими «постіндустріальне», «активне», «постсучасне» суспільство, стало визначення «інформаційне суспільство». Причина появи та актуалізації даної концепції полягає в складності самого феномену інформаційного суспільства та у використанні різних підходів для його дослідження та оцінки. Термін «інформаційне суспільство» вказує на специфіку сучасного етапу розвитку суспільства, тобто наголошує на виняткову роль і значення інформації та процесу інформатизації, що перетворюється на предмет масового споживання, використовується як фактор влади та управління, впливає на зміни в соціально-політичній сфері.

Трансформація суспільства супроводжується гетерогенними процесами. З одного боку очевидні досягнення - ослаблення ролі географічного розташування і обмежень, що з цим пов'язані: трансформація систем зв'язку в єдину світову систему комунікацій, виникнення крос-культурного діалогу, розширення можливостей для розвитку потенціалу людини і т.д. З іншого боку удосконалення комунікацій несуть із собою загрози, що стосуються питань нерівності між людьми, які мають доступ до інформації і які не мають, проблеми націоналізму, етатизму, домінування релігійних і єдиновладних структур влади, відчуження людини, та інше.

Фахівцям у галузі комунікацій з середини ХХ в. відомі такі структурні моделі комунікативного процесу: "лінійні" Г. Ласвелла, для опису масово-інформаційних процесів; інформаційно-математична К.Шеннона-У.Уівера; кібернетична Н.Вінера; циркулярна У.Шрамма Ч.Осгуда; модель SMCR Д. Берло; "лінгвістична" Р.Якобсона; моделі дво - та n - ступеневих потоків інформації; "іміджеві" моделі, а також цілий ряд психологічних моделей, наприклад, - "інтераціоналістська" балансна модель Т. Ньюкомба, "демонстраційна" модель ефективною комунікації Ш.фон Туна, "двоканальна"

модель мовної комунікації, "діалектична" модель міжособистісної комунікації Л.Бакстера, моделі "переконуючої комунікації" Єльської школи, заснованої К.Ховландом, та ін.

Крім цього, слід також відзначити класичні роботи Г. Ласвелла, У. Ліппмана, Г. Лебона та Е. Бернайза, що стали піонерами в сфері дослідження процесу комунікації і методів впливу на аудиторію.

Дослідники Дж. Груніг і Т.Хант запропонували чотири моделі комунікації, які знаходять відображення в практиці політичного PR.

1. Модель інформування громадськості, що має на меті поширення інформації, а не про переконання, причому правдивість інформації починає виступати в ролі однієї з цілей цієї моделі. Дослідники в цій галузі зайняті тим, щоб встановити, чи досягли повідомлення мети і чи були зрозумілі аудиторією.
2. Двухстороння асиметрична модель. Ставить за завдання змусити публіку погодитися з точкою зору організації, змінити позицію або поведінку. Тут дослідницький компонент зайнятий дослідженням змін думок аудиторії в результаті впливу.
3. Двустороння симетрична модель. Це перехід від монологу до діалогу. Мета досліджень - визначити, як організація сприймається аудиторією і в якій мірі діалог сприяє розумінню.
4. І серед них, особливе місце посідає маніпулятивна модель. Це одностороння модель, що має чисто пропагандистські цілі. Одержувача переконують, але при цьому досягнення повної правди не входить у завдання комунікації.

Актуальність

Застосування в політичній комунікації технологій політичної маніпуляції продовжує залишатися однією з важливих проблем сучасної політичної науки. Становлення «інформаційного суспільства» призвело до кардинальних змін у технологіях політичної маніпуляції. Класичні методи впливу перестали бути

ефективними і на зміну їм прийшли нові технології. Однак, змінившись в сенсі методів впливу, політична маніпуляція не змінилася по суті, адже, як і раніше, використовує маніпулятивні асиметричні моделі та не передбачає налагодження діалогу. У той же час, старі теоретичні підходи зазнають труднощів у поясненні сучасних політичних процесів, побудованих на застосуванні нових технологій політичної маніпуляції.

Оскільки ефект впливу технологій політичної маніпуляції залежить від багатьох чинників, до яких належать засоби масової інформації, соціальне оточення, наявність і вплив лідерів, ступінь довіри до джерел інформації, відтак формування цілісного уявлення про феномен політичної маніпуляції може бути досягнуто тільки шляхом комбінованого аналізу, що включає в себе вивчення процесів формування особистісних установок і переконань, впливу ЗМІ на громадську думку, впливу політичної культури та процесів соціалізації на поведінку людини.

Актуальність теми дипломної роботи обумовлена тим, що в сучасному комунікаційному просторі технології маніпулювання мають місце у будь-якій сфері життя сучасної людини, у кожній державі, не виключаючи і українську політику, за їх допомогою, несумлінним організаціям вдається досягати своїх цілей, політикам перемагати на виборах, тощо. У зв'язку з цим, на погляд дослідника, практичний інтерес представляє досвід пострадянських країн, а саме Росії та України, де склалися такі законодавчі, соціальні та політичні умови, які дозволяють використовувати найбрутальніші форми маніпуляції, що нагадують методи психологічної війни. Відсутність законодавчого захисту функціонування незалежних ЗМІ, придушення свободи слова, репресії проти журналістів, відсутність реагування влади на свавілля державних органів - все це нагадує методи психологічної війни, що активно використовуються проти суспільства та сприяє блокуванню демократизації держави, зростанню недовіри до влади з боку населення, а також міжнародної громадськості.

Розробка та вивчення даної проблеми дасть змогу підвищити політичну культуру населення, критично оцінювати дійсність та протистояти

маніпулятивним впливам. Актуальність даної теми визначається також і тим, що якщо жертвами міжособистісних маніпуляцій стають окремі індивіди, то жертвами політичних маніпуляцій - величезні маси людей

Об'єкт дослідження: маніпулювання в сфері політичних зв'язків з громадськістю.

Предмет дослідження: технології та методи психологічного впливу, як засіб маніпуляції

Мета дослідження: аналіз теоретичних підходів вивчення технологій політичної маніпуляції з метою розкриття сутності поняття та технологій маніпулювання; дослідження та аналіз механізмів маніпуляції, що були використані у сучасній політичній комунікації, зокрема, в Україні; надання практичних рекомендацій щодо мінімізації їх негативного впливу

Завдання:

- 1) дослідити зміст понять «маніпулювання», «політичне маніпулювання», «маніпулювання в сфері політичного PR», їх особливості, проаналізувати специфіку прояву феномену маніпуляції у сфері політичного PR;
- 2) дослідити зміни у ставленні та використанні маніпулятивних технологій у процесі розвитку та розбудови законодавчого захисту функціонування незалежних ЗМІ і розвитку свободи слова у сучасному інформаційному суспільстві;
- 3) розглянути способи та методи впливу на масову свідомість; виділити основні сучасні технології маніпулювання;
- 4) проаналізувати механізми протидії впливу технологій політичного маніпулювання задля мінімізації їх негативного впливу на пострадянському просторі на прикладах Росії та України:
 - Виборчих кампаній в Росії;
 - Виборчих кампаній в Україні
- 5) розробити рекомендації щодо мінімізації негативного впливу маніпулятивних технологій в політичній комунікації, через призму:

- розробки законодавчої бази забезпечення від політичних маніпуляцій різних форм, включаючи і елементи «психологічної війни»;
- розвитку інститутів громадянського суспільства;
- розбудови законодавчого захисту функціонування незалежних ЗМІ і розвитку свободи слова;
- нових, технологічних інструментів комунікації (соціальні мережі і тд.);
- «Схід-Захід» 2004;
- «Нашизм» 2003-2004 рр.;
- «Фашизм» 2013

Методологія:

Емпіричне дослідження, представлене у розділі 2, побудоване на застосуванні методу ситуаційного аналізу, контент-аналізу та дискурс-аналізу. Ситуаційний аналіз включає в себе три етапи: по-перше, оцінку загальних тенденцій застосування маніпулятивних технологій в політичному процесі в Росії та Україні, по-друге, на основі отриманих результатів виявлення ЗМІ, що найбільш активно впливають на політичний процес і, по-третє, аналіз прийомів впливу, що були застосовані в інформаційній діяльності даного друкованого ЗМІ. Контент-аналіз будувався на виявленні в тексті публікацій змістовних одиниць, з подальшим підрахунком частоти вживання і емоційного забарвлення.

Теоретичною основою роботи слугують вивчені праці видатних зарубіжних і російських дослідників механізмів маніпуляції людською свідомістю і електоральних процесів від психологів до політтехнологів. Серед них - У. Ліппман, Г. Лебон, Е. Бернайс, З. Фрейд, А. Цуладзе, Є. Доценко, С. Кара-Мурза, Е. Кассіерер, Е. Фромм, Ж. Сегела та ін. Серед українських фахівців до питань маніпуляції зверталися В.Королько, Г.Почепцов, М.Ожеван, Д. Богуш, О.Литвиненка та ін

Розділ 1. Маніпулювання в процесі політичних комунікацій, як засіб досягнення та збереження політичного домінування

1.1 Сутність та характеристика явища маніпуляції

Проблема взаємин влади і суспільства хвилювала людство з самих давніх часів. З тих пір, як почали зароджуватися найпримітивніші форми соціальної організації, люди стали ділитися на керованих і таких, що керують. Фактично терміном «політика» почали з сократовських часів визначати науку управління людьми. Платон в своєму ідеалістичному визначенні політики вважав, що державі як управлінській структурі мають бути властиві «...правдивість, рішуче неприйняття якої б то не було брехні, ненависть до неї і любов до істини» [18]. З іншого боку, видатний політик ХХ століття Уїнстон Черчилль цинічно говорив, що політика — це уміння «передбачати і спрогнозувати події, а потім грамотно пояснити, чому цього не сталося». Ці полярні точки зору, очевидно, позначають поле суспільних дискусій про владу.

Насамперед, розглянемо сутність політичного маніпулювання.

Якщо звернутися до джерел виникнення терміна „маніпуляція”, стає очевидним, що його значення змінилось. У неметафоричному значенні термін „маніпуляція” означає складні види дій, що виконуються руками та вимагають майстерності і вправності. Латинський термін – *manipulus* – має два значення:

- 1) пригорща, жменя (*manus* – рука + *ple* – наповняти);
- 2) маленька група, купка, жменька. У цьому значенні дане слово означало, зокрема, невеликий загін воїнів (близько 120 чоловік) у римському війську.

Перехідним ступенем до метафори з’явилося використання терміна „маніпуляція” стосовно демонстрації фокусів і карткових ігор, у яких цінується майстерність у проведенні відволікаючих прийомів, приховуванні відкритих дій, створенні оманливого враження чи ілюзії. Також маніпуляція може бути визначена як акт впливу на людей чи керування ними, як приховане управління.

Щоб прояснити зміст поняття „маніпуляція” у переносному значенні (тобто, коли об’єктами дій–маніпуляцій є люди), то воно означає прагнення „приручити” іншого, „прибрати до рук”, спробу перетворити його на слухняне знаряддя, маріонетку. Однак не було б сенсу називати це маніпуляцією, якби усе робилося б явно, адже для маніпуляції в метафоричному значенні важливо створити ілюзію незалежності адресата від стороннього впливу, самостійності прийнятих їм рішень і виконуваних дій. Також немаловажним є майстерність впливу, спритність і вправність у проведенні прийомів маніпуляції.

Тлумачення терміну „маніпулювання” зустрічаються різні. Відомий американський вчений, професор факультету засобів масової інформації Г. Шиллер [28] характеризує маніпуляцію як прихований примус, програмування думок, намірів, почуттів, відносин, установок поведінки. Інший американський дослідник Е. Шостром [29] робить висновок, що маніпуляцією можна назвати керування і контроль, експлуатацію іншого, використання як об’єкту, речі.

Російський вчений Б. Бессонов [3] вважає маніпуляцією форму духовного впливу, прихованого панування, здійснювану ненасильницьким шляхом. Д. Волкогонов [4] розуміє під цим терміном панування над духовним станом, управління зміною внутрішнього світу. Він вважає, що маніпуляція відбувається шляхом навіювання масам відповідних стереотипів мислення, вигідних маніпуляторів, і є однією з основ механізму психологічної війни. У. Райкер у своїй праці „Мистецтво політичної маніпуляції” пише про таке структурування світу, яке дозволяє вигравати за допомогою застосування маніпуляцій [37]. В. Сагатовский вважає, що маніпулювати означає ставитися до іншого як до засобу, об’єкта, знаряддя [21].

Узагальнюючи ці підходи і визначення, можна дати наступне, психологічне визначення поняття „маніпуляція”: це вид психологічного впливу, який використовується для досягнення одностороннього виграшу за допомогою прихованого спонукання іншого до здійснення певних дій, що не збігаються з його бажаннями.

Я. Любивий виділяє два основних види маніпуляції: оперативну маніпуляцію свідомістю та поведінкою людей та стратегічну маніпуляцію [11].

Оперативна (або ситуаційна) маніпуляція полягає в тому, що, використовуючи вже наявні в свідомості людей цінності, потреби, стереотипи, звички, маніпулятор змушує їх сприймати ту або іншу соціальну інформацію так, як йому вигідно, й спрямовує їхні соціально значущі дії у потрібному для себе напрямку. Широкі маси людей діють так, як це спланував маніпулятор: голосують чи не голосують, мітингують, створюють хаос або, навпаки, дотримуються порядку й демонструють велику організованість.

Стратегічна маніпуляція полягає в тому, що протягом багатьох років в свідомості людей формуються ті цінності, потреби, ідеї, стереотипи, звички, які й самі по собі сприяють підтримці вигідного маніпуляторіві політичного і економічного ладу й можуть бути використані в оперативній маніпуляції, якщо з'явиться така потреба [11, 33].

Феномен маніпуляції піддавався ретельному розгляду, в першу чергу, в політологічних працях, оскільки відповідний термін спочатку став вживатися в сфері політики, поступово поширившись на всю проблематику, пов'язану з масовою свідомістю.

Політичне маніпулювання передбачає як міжособистісні, так і масові маніпуляції. Необхідно зазначити, що в цій роботі ми маємо на увазі політичне маніпулювання масами, а не окремими індивідами.

Зрозуміло, що людьми керувати найлегше тоді, коли вони зібрані у великий натовп, - чим більшим є натовп, тим краще він програмується. Прикладом можуть бути хоча б промови Гітлера, що легко перетворили спокійну німецьку націю на натовп фанатиків, готових віддати життя за свого фюрера.

Маніпулятор, розуміючи значення мас в політичному процесі, вдало може використати закономірності масової психології для втілення власних ідей та амбіцій. Натовп не міркує, проте, щоб вплинути на нього, досить навіяти наявність небезпеки.

На думку В. Амеліна, маніпулювання масами - це „... вплив на суспільну думку за допомогою управлінських ефектів для досягнення певних цілей комуніканта” [1, с.60]. Є підстави розглядати політичну маніпуляцію як систему засобів ідеологічного і духовно-психологічного впливу на масову свідомість з метою нав'язування певних ідей, цінностей; а також як цілеспрямований вплив на громадську думку і політичну поведінку задля спрямування їх у заданому напрямку [10, с.191].

Політичне маніпулювання найбільш яскраво узагальнює процеси „соціального контролю” над свідомістю і поведінкою людей на базі спотворених, упереджених уявлень про ті чи інші сторони дійсності, блокування свідомості від соціальної дійсності.

Дослідники вважають, що маніпулювання призводить до зниження творчого потенціалу суспільства, блокує процес демократизації суспільства. Серед засобів спеціалізованого впливу політичного маніпулювання на маси використовуються штучно створені і нав'язані масам іміджі, мовні формули, штампи, стереотипи поведінки, а також міфи.

Маніпуляція є негативним явищем, тому що обмежує свободу людини, позбавляючи її права вибору та впливаючи на людську свідомість без її згоди. Але з іншого боку «Маніпуляції бувають необхідні і корисні, — пише А. Цуладзе. — Проте де та грань, за якою закінчується корисна дія маніпуляцій? На це питання доки відповіді не знайдено» [26]. Очевидно, що феномен маніпуляції заслуговує на найгрунтовніше дослідження.

Індивідуальність людини формується лише шляхом соціалізації в суспільстві, в якому маніпулювання займає важливе місце, особливо в ХХ ст. Очевидно, що маніпуляція, як і інші суспільно-політичні феномени, не з'являється сама по собі, завжди мають місце певні обставини, що спричиняють їх появу. З розвитком технологічних можливостей зростає рівень маніпуляції, адже способи передачі інформації надзвичайно урізноманітнюються, що забезпечує можливість ефективно впливати на свідомість широкого кола людей. Так для політичної маніпуляції використовуються: окремі характерні

звички політичних лідерів, мова жестів, красномовство та особливості мовного інструменту. Однак найсильніше і найрезультативніше політичне маніпулювання здійснюється за допомогою масових способів передачі інформації.

Проблеми способу керування масами почала привертати до себе увагу дослідників, з того часу, коли вони (маси) отримали можливість впливати на хід подій і на політику, наприклад, за допомогою голосування або повстання.

Маніпулятори діють, з одного боку, відкрито, прикриваючись гаслами про загальне благо, але в більшості випадків в їх діях присутній прихований механізм, мета, ідея, які не видно оточуючим. В.П. Пугачов розділяє маніпулювання людиною на два основні типи: відкрите (явне) і приховане (таємне).

Якщо управління має явний характер, цілі ставляться і здійснюються відкрито, при таємному – замовчуються. Переважання того або іншого типу, на думку дослідника, залежить від декількох причин: «... від міри неспівпадіння інтересів керованих і таких, що управляють; цивілізованості суспільства (міри прийнятності використання сили, прямого примусу в суспільній свідомості); можливостей і умінь правлячої еліти використовувати різні способи прихованого впливу на маси» [12, с.66]. При цьому В.П. Пугачов відзначає, що масштаби використання маніпулятивних технологій збільшуються швидкими темпами по мірі розвитку людства. Причину цього дослідник вбачає, по-перше, в збільшеному конфліктному потенціалі суспільства як результат збільшення рівня соціальної нерівності, що породжує потребу в обмані, по-друге, в усвідомленні суспільством цієї нерівності. На розвиток політичного маніпулювання впливає і тип політичної системи суспільства, а також спосіб, за допомогою якого в умовах даної системи вирішуються конфлікти і запобігається політичний протест.

Однією з причин широкого вживання технологій маніпуляції вважається стереотипність мислення сучасної людини, це дозволяє маніпулятору на основі стереотипів, що існують в свідомості, конструювати хибну картину світу за

допомогою створення нових або модифікації старих систем стереотипів в масовій свідомості. Основою існування і поширення стереотипів вважається явний недолік надійних, перевірених знань з відповідних сфер життя. Впровадження повідомлення в свідомість відбувається або з опорою на вже існуючі стереотипи з їх одночасним посиленням або коректуванням за допомогою зсуву акцентів в повідомленні, або шляхом їх заміщення іншими, більш емоційніше забарвленими. Стереотипи глибоко зачіпають весь процес сприйняття, беруть участь в створенні стійких поглядів, при цьому часто вони спотворюють реальність, створюють ілюзорну картину світу, в рамках якої людина починає діяти. Схематичність мислення задає певні реакції на стандартизоване посилення. Варто відзначити, що стереотипи є системою переконань і установок, вони не залежать від соціального досвіду людини, тому «впроваджуючи в свідомість людей ті або інші переконання і установки, маніпулятор отримує можливість змінити відношення індивіда до реальності незалежно від його соціального досвіду» [30, 38].

Стереотипи упроваджуються в підсвідомість за допомогою емоцій. При цьому використовуються базові людські потреби і страхи: потреба в любові і захисті, схваленні, страх перед невизначеністю, сексуальні інстинкти, почуття обов'язку, справедливості, провини і тд. Емоції виборців зростають з незадоволених потреб і невирішених проблем, які переростають у вимоги до представників влади. Неспівпадання потреб еліти у владі і народу, призводить до зростання маніпулювання суспільною свідомістю (пропаганда, формування іміджу влади, створення мішеней для народного незадоволення). Влада робить людей максимально залежними від себе.

При визначенні феномену маніпуляції більшість дослідників виходять з того, що це явище, по-перше, має вигляд психологічної дії (в протилежність фізичній дії і погрозам), по-друге, виробляється найчастіше приховано, не помітно для об'єкту маніпуляції, по-третє, вимагає певних навиків і майстерності, по-четверте, як відзначає Кара-мурза, людина, на яку направлена маніпулятивна дія сприймається як об'єкт, а не як повноправний учасник

комунікативного діалогу. Горчева так визначає це явище: «Маніпуляція – вигляд психологічної дії, при якій майстерність маніпулятора використовується для прихованого впровадження в психіку адресата цілей, бажань, намірів, стосунків або установок, не співпадаючих з тими, які є у нього в даний момент» [5, ст. 91]. Пугачов також вбачає в процесі маніпуляції приховану дію, покликану спонукати людину до дій, які не задовольняють його інтереси: «маніпуляція у вузькому, власному значенні цього слова є прихованим управлінням психікою і поведінкою людей з метою змусити їх діяти (або не діяти) всупереч власним інтересам і актуальним бажанням. При цьому характер бажаної поведінки об'єкту дії явно не визначається» [19, 93]. Варто відзначити, що, на думку В.П. Пугачова, маніпуляція не вичерпується дією на психіку людини лише за допомогою психологічних прийомів і тактик. Дослідник виділяє психологічну маніпуляцію (вплив на психіку людей в процесі безпосередньої особової дії) і екологічну або ситуаційну (вплив через довкілля, ситуацію). У політиці широко застосовується ситуаційне маніпулювання, оскільки воно дозволяє діяти більш непомітно, при цьому комунікація здійснюється через інших людей, обставини, має тривалу дію, робить глибокий вплив на свідомість, підсвідомість і поведінку людини. В.П. Пугачов визначає ситуацію як «систему стосунків або обставини, в яких знаходиться суб'єкт» [20, 94]. Велике значення при цьому має характер сприйняття ситуації людиною, який ґрунтується на наявності у нього певних цінностей, переконань, установок і способу її здобуття.

А. Цуладзе виділяє три рівні впливу на людину в контексті політичної маніпуляції: міжособовий, груповий і масовий. На міжособовому рівні маніпулятор використовує свої особові ресурси, психологічна перевага над суперником у момент спілкування. Його мета – створити умови для того, щоб людина діяла на користь маніпулятора, навіть якщо це протирічить його власним установкам. Для цього застосовуються різні психологічні прийоми і хитрості. Прикладом можуть служити зустрічі лідерів держав, коли в хід пускається їх особиста чарівливість, дипломатія як мистецтво знаходити

вразливі місця противника і маніпулювати їм.

На груповому рівні маніпулятор взаємодіє вже з групою, уміло використовуючи в своїх цілях особливості поведінки людини в колективі. Підпорядкувавши групу своїй волі, маніпулятор привласнює собі її можливості, діє від імені цієї групи, реалізуючи при цьому свої власні цілі і завдання, в той же час він має можливість зняти з себе особисту відповідальність в разі невдачі і перекласти її на групу. Часто важко відокремити фігуру маніпулятора від лідера групи, оскільки вони можуть також збігатися в одній особі, але лідер завжди діє на користь групи, маніпулятор же - в своїх власних. При цьому маніпулятор витрачає зусилля на підтримку свого престижу в групі, наближаючи одних, віддаляючи інших, зіштовхуючи їх інтереси.

Комунікація на масовому рівні здійснюється часто через посередників, на сучасному етапі таким посередником виступають ЗМІ. На початку ХХ століття основна ставка в політичній боротьбі робилася на маси, які представлялися політикам творцями історії. Для маніпуляції їх свідомістю використовувалися гасла, що дозволяють виразити в короткій доступній формі оновний сенс, справляючи яскравий емоційний заряд. Згодом з'явився кінематограф і вплив почав здійснюватися за допомогою зорових образів. Виникнення телебачення розширює можливості маніпуляції: інформація, що поступає по декількох каналах (в даному випадку зоровий та слуховий) має велику силу впливу, в той же час збільшується ефект правдивості її, створюється ілюзія присутності на місці подій, диктори сприймаються як старі знайомі, виникає ефект довіри. На даному етапі активно розвивається Інтернет, що стає одним з найвпливовіших каналів маніпулювання.

Маніпуляції можливі і на адміністративному рівні. Ресурсом в цьому випадку виступає державна система, яка використовується на користь окремих осіб та кланів.

Отже, маніпулювання це система засобів психологічного та ідеологічного впливу на людей з метою зміни їхніх думок, поведінки та прихованого управління ними. Вона еволюціонувала від давніх часів, але тільки на

сучасному етапі стало так широко розповсюджуватись. Удосконалились маніпулятивні технології, які в повсякденній і діловій взаємодії стають усе більше витонченими і замаскованими, причому ріст благополуччя життя людей не призводить до зменшення цієї тенденції. Існують цілі інститути, які за допомогою різних засобів виконують маніпулятивні дії, впливаючи на підсвідомість людей, впроваджуючи в психіку людини норми, які повинні визначати її поведінку.

1.2 Розвиток теоретичних підходів та PR технологій маніпуляції в політичній комунікації

Вплив на громадську думку, а особливо роль засобів масової інформації у цьому процесі, став активно досліджуватись та теоретично обґрунтовуватись вченими починаючи з 20-х років XX століття. Перші теорії про вплив та переконання - теорії пропаганди. Одним з перших та послідовних результатів дослідження в даному ключі, були викладені в працях Уолтера Ліппмана. Незважаючи на те, що з розвитком, теорії впливу перейшли на інший рівень, де заперечувалося багато з теорій пропаганди, деякі твердження, експериментальні дані та висновки досі лишаються актуальними та засадничими навіть для сучасного суспільства.

Зокрема, Уолтер Ліппман у своїй праці "Громадська думка", наголошував, що дуже важливо зосередитись особливих розбіжностях в уявленнях людей прозовнішній світ та на існуванні певних картин, щодо цього світу, що формуються у кожної окремої людини, тобто стереотипів. Кожна людина не може володіти всією об'єктивною інформацією про весь світ, завдяки чому, володіючи лише її частиною, індивід формує картину цілого світу відповідно до вже наявної у нього інформації, а отже, не існує такого об'єктивного світу, щоб сприймався кожним членом суспільства однаково. Американський дослідник наголошував на тому, що між людиною та її середовищем існує певне псевдо середовище, таким чином, поведінка індивідуума є реакцією саме на це псевдо середовище, але наслідки цієї поведінки (певна дія) відбуваються вже у реальному середовищі. Отже, дослідник громадської думки повинен визнавати існування взаємозв'язку між певною сценою дії, сприйняттям цієї сцени в свідомості людей та реакцією людей на сприйняття того, що відбувається на сцені дії [10, 37].

Беручи до уваги те, що кожен індивід володіє різною інформацією та має різні, іноді взаємовиключні цілі і мотиви, У. Ліппман переймався питанням можливості об'єднання та спрямування їх в одному напрямку, тобто прийняття

спільних рішень. У. Ліппман визнає недосконалість людської свідомості у схильності до впливу засобів масової інформації та робить висновки, що в деяких, специфічних станах (наприклад глобальний військовий конфлікт) гетерогенне суспільство перестає бути стійкою структурою, а об'єднується навколо спільних почуттів, їм опановує почуття страху, завдяки чому комунікатор отримує можливість ефективно використовувати маніпулятивні технології.

У. Ліппман, вперше використовує в поняття «стереотип». Цим словом він намагався описати метод, за допомогою якого суспільство намагається категоризувати світ, таким чином, як правило, громадська думка - це просто навішування ярликів, що керується певними характеристиками. Ліппман виділив чотиривизначальні аспекти стереотипів. По-перше, стереотипи – спрощене розуміння навколишнього світу, складне спрощується до кількох характеристик. По-друге, люди набувають (переймають) стереотипи від оточуючих, засобів масової інформації, тощо, а не формулюють їх самі на основі особистого досвіду. По-третє, всі стереотипи, в більшій чи меншій мірі, є хибними, тобто завжди наділяють конкретного члена групи рисами, якими він зобов'язаний володіти лише через свою приналежність до певної групи. Четверте, стереотипи вкрай стійкі, такі, що майже не піддаються зміні. Навіть якщо люди переконуються в тому, що стереотип не відповідає дійсності, вони схильні не відмовитися від нього, а стверджувати, що виключення лише підтверджує правило.

З точки зору можливості маніпулювати поведінкою людських мас, також велике значення мають дослідження Гюстава Лебона, особливо його праця "Психологія народів та мас". Дослідник вважає, що великі перевороти, що передували зміні цивілізацій, головним чином, визначалися не так історичними ситуаційними подіями, як глибокими та кардинальними змінами ідей народів. Насправді важливі зміни є наслідком невидимих для ока трансформацій думок людей, що відбуваються вкрай довго, через стійкі спадкові расові основи думки [9, 113]. Тобто, дослідження соціальних процесів ускладнюються тим, що вони є

продуктом роботи несвідомого та необхідністю брати до уваги індивідуальні особливості народів.

На думку Лебона, будь-яке скупчення людей є "масою"(натовпом), тобто збори індивідів, незалежно від їх національної і професійної приналежності, а також незалежно від мети зібрання, але з психологічної точки зору натовп характеризується появою колективної душі та нових специфічних рис, що не властиві окремим індивідам [9, 119]. По-перше, натовп провокує такі інстинкти, яким індивід ніколи не дає волю, коли не піддається натовпу, завдяки тому, що почуття відповідальності зовсім зникає в натовпі. По-друге – заразливість, тобто у натовпі будь-яке почуття чи дія є заразливими, індивід дуже легко приносить у жертву свої особисті інтереси інтересу колективному (натовпу). І третє – схильність до навіювання, що є визначальним та найголовнішим на думку дослідника [9, 123]. Завдяки цьому, натовп позбавлений будь-яких критичних здібностей та надзвичайно довірливий, неймовірного для нього не існує, а отже, все це призводить до того, що натовп односторонньо сприймає навколишній світ, тобто натовп ніколи не відчуває жодних сумнівів щодо того, що є істиною, а що ні. "Хто вміє вводити натовп в оману, той легко стає його повелителем; хто ж прагне надоумити його, той завжди буває його жертвою" [9, 177]. Дослідник доводить, щоб переконати натовп, потрібно апелювати не до розуму, а до підсвідомих інстинктів і бути ствердженнями, а не доказами.

Лебон зазначає, що якщо до того часу, думка має переважно не приймалась до уваги урядом, то згодом, голос народу починає відігравати вирішальну роль в політичному житті нації. А одним з найкращих механізмів маніпуляції свідомістю стає мова образів. В реальності, думка людей змінюється не завдяки впливу розуму. Нові ідеї починають впливати тільки тоді, коли в результаті дуже повільної переробки у свідомості трансформуються в почуття та потрапляють в несвідоме, де виробляються наші думки. Він один із перших в літературі звернув увагу на значення спеціально створюваних образів в маніпуляції свідомістю: "Натовп сприйнятливий тільки до образів. Тільки образи можуть захопити його або породити в ньому жах і

стати двигуном вчинків". При цьому "слова знаходяться в тісному зв'язку з викликаними ними образами і абсолютно не залежать від їх реального змісту" [9, 171]. Ефект подібного впливу пояснюється тим, що залучення до натовпу і підпорядкування йому призводить до втрати особистісної свідомості і нівелювання її до рівня підліткової, а то й дитячої свідомості, що характеризується "емоційною чуйністю на звернену до них образну мову" [9].

Проблема дистанціювання PR від пропаганди, їх взаємозв'язок, а також моральні, політичні та філософські аспекти почали турбувати науковців Європи з середини 50-х років XX ст. Особливий внесок у дослідження даної проблематики, належить визнаному теоретику та практику в сфері зв'язків з громадськістю, Едварду Бернайзу. У 1947 р. вийшла в світ його відома праця «Інжиніринг згоди» ("TheEngineeringofConsent"), тобто створення громадської думки, що стала однією з перших робіт з теорії та практики зв'язків з громадськістю, що базувалась на понятті "громадська думка" та справила суттєвий вплив на формування концепції зв'язків з громадськістю, як соціальної стратегії переконання і впливу, з метою створення сприятливого ставлення громадськості до організації. Така позиція викликала суперечливі реакції та шквал критики, що є свідченням того, що у громадськістю актуалізувалась проблема маніпуляції в системі і практиці PR.

Едвард Бернайс (1891-1995) - племінник Зігмунда Фрейда і першовідкривач наукової техніки формування та управління громадською думкою. Під час Першої Світової війни Бернайс разом з Уолтером Ліппманом входив до Комітету інформації для населення США (CPI) - потужний апарат пропаганди, який підносив американському народу війну в якості засобу «захисту демократії». Стратегії пропаганди всіх подальших війн спиралися на моделі, розроблені CPI [30 передмова]. 'Заслужений "батько зв'язків з громадськістю," зіграв вирішальну роль у розвитку корпоративної пропаганди. Він культивував образ себе, як ліберального інтелігента, що має досвід в науковому аналізі суспільної свідомості. Широко рекламуючи те, що Зигмунд Фрейд був його дядьком, він часто базував свої виступи на фрейдистських

термінах, а також посилався на соціологію і психологію та публікувався в наукових журналах.

Бернайс захоплювався теоріями дядька про людську природу і інстинктивні потяги. В той час, як Фрейд стверджував, що неконтрольована примітивна сила всередині людської істоти може призвести до хаосу і руйнації, Бернайсом було взято ці ж самі теорії та застосовано у сфері реклами та PR в цілях поглиблення свого розуміння групової поведінки. Завдяки вивченню і застосуванню психоаналізу Фрейда, він розробив багато з методів масового переконання, що широко використовується до цього часу.

Ідеї Бернайза, ототожнюється з певними ідеалами федералістів в тому сенсі, що на його думку, обов'язково є необхідним існування певної групи мудреців, що мають формувати єдиний національний комітет, який фактично має визначати все, що стосується суспільно-політичного життя, починаючи з лідерів думок, диктування поглядів, цінностей і поведінки громадськості, закінчуючи одягом та продуктами харчування [30, с.10]. Бернайс наголошує, що певна група еліти повинна використовувати їхні системи зв'язків з громадськістю для того, щоб побудувати «невидимий уряд», який може формувати і направляти ідеали та мотиви мас, за умови встановлення еліт, як модераторів, що мають тлумачити людей уряду, а уряд народу, під їх власними моделями пропаганди. Бернайс визнає, що деякі складові цього процесу часто піддаються критиці - наприклад підтасовування новин, піднесення особистості, питання щодо того, які саме політики, комерційні продукти і соціальні ідеї повинні бути переважати в масовій свідомості. «Інструменти, за допомогою яких створюється і спрямовується громадська думка, можуть бути використані неналежним чином, але все ж таки, створення і спрямування думки є необхідним для упорядкування життя» [30, 10].

Під час Першої світової війни, Бернайс працював прес-агентом в Сполучених Штатах, для пропагування Американської війни, що була спрямована пропагандистським гаслом "зробити світ безпечним для демократії". Кампанія була надзвичайно успішною в сенсі зміни думок

скептичноналаштованої американської громадськості в бік підтримки війни, цей успіх змусив Бернайса задуматися про потенційну роль, яку може зіграти пропаганда в мирний час. Після закінчення війни, він створив свій власний бізнес: Рада зі зв'язків з громадськістю (The Council on Public Relations), варто наголосити, що це був перший раз, коли була використана дана фраза. За допомогою теорій свого відомого дядька, він планує детальніше розробити і вдосконалити тактики та методи, вже розроблені PR гуру Джорджем Паркером та Айві Лі. Бернайс був особливо зацікавлений в управлінні таким чином, що натопт людей відчував, реагував та діяв. Знання про ірраціональні сили, що приховані усередині людської істоти та маніпулювання колективним несвідомим, неймовірно інтригували його, в них він бачив величезні можливості розвитку та просування своєї кар'єри. Після прочитання «Вступ до психоаналізу» Фрейда, у Бернайса формується думка про те, що можливо, кращий спосіб продавати продукцію це не забезпечення індивідів фактами, а замість того, грати на ірраціональних емоціях цілих груп. Тобто, якщо теорії Фрейда вірні, то можна припустити, що окремі невпевненості можуть бути перетворені в споживчі мотиви, ефективно замінюючи практичні потреби ірраціональними бажаннями.

Вперше, Бернайсу була надана можливість експериментувати над розумом громадськості, коли Том Хіл, президент корпорації American Tobacco найняв його, щоб змінити соціальнотабу, щодо жіночого паління. Відомий психоаналітик Абрахам Брілл, що був консультантом Бернайса з даного питання, визначив, що сигарети були символом чоловічої сексуальної сили, тобто, якщо знайти спосіб поєднання ідеї сигарет з ідеєю вабливої чоловічої сили, то жінки почнуть палити. Взнявши ці ідеї на озброєння, Бернайс умовив групу багатих дебютантів, з'явитися на щорічному Великодньому параді в Нью-Йорку та в зазначений час, одночасно запалити цигарки, а також повідомив пресу, що група суфражисток готувалась на знак протесту проти чоловічого домінування, запалити, як він назвав "смолоскипи свободи" під час параду. В результаті, представники преси відчайдушно фотографували подію,

що пов'язала ідею свободи з девіантним актом непокори, тобто демонстративним палінням жінок. План виявився надзвичайно вдалий та ефективний, інформація про подію швидко поширилась по всій країні, а обсяги продажу сигарет жінкам почали істотно збільшуватись. Завдяки такого соціального експерименту, Бернайс впевнився, що практично можливо наділити та пов'язати потужними значеннями іррелевантні об'єкти. Завдяки цій історичній події, споживчий вибір більше не буде базуватись на раціональному міркуванні, натомість стає вираженням індивідуальності.

20-ті роки ХХ сторіччя ознаменувалися розквітом американських корпорацій: завдяки виробничим лініям, будь-який продукт, отримав можливість вироблятися з шаленою швидкістю, порівняно з минулим, а отже основною загрозою стала загроза надвиробництва. Стратегія продажів, що базувалась на потребах остаточно вичерпала себе: потужні перетворення в сприйнятті Американської громадськості запустили процеси зміни її первинної ідентичності з громадянина на споживача, в чому Бернайс брав участь найбезпосереднішим чином. Коли він працював на жіночий журнал Вільяма Херста, з ціллю просування їхньої продукції, їм було удосконалено кілька методів масового переконання споживача, які й до тепер активно використовуються - схвалення зірками (лідерами думок); продакт-плейсмент (product placement) суть якого полягає в тому, що реквізит, яким користуються герої у фільмах, телевізійних передачах, музичних кліпах, книгах, на ілюстраціях і картинах - має реальний комерційний аналог; підробка " незалежних досліджень", приписування продуктам цілющі властивості, одяг як символ вираження індивідуальності, і практично про все, що бере участь у стимулюванні внутрішнього людського бажання, а потім насичує його матеріальними товарами. В результаті хвиля споживчих витрат призвела до вибуху на фондовому ринку і Бернайс висунув ідею, що звичайні люди повинні купувати акції у банків, які він представляв, що також мало великий успіх. У 1928 році Герберт Гувер був обраний новим президентом. Завзятий прихильник і послідовник кар'єри Бернайса, Гувер був першим президентом,

який актуалізував ідею, що споживацтво стало основою американського життя і ключем до економічного прогресу. З Гувером прийшла нова ідея про те, як управляти масовою демократією, в основі якої стояв споживач.

В кінці 20-тих, Фрейд, розмірковуючи про напруженість у Європі в той час, опублікував нову книгу під назвою "Цивілізація і невдоволення нею". Основна її теза у тому, що індивідуальна свобода неможлива, навіть гірше, що це було вкрай небезпечно. За Фрейдом, це означає, що маси повинні завжди перебувати під контролем.

Варто зазначити, що роботи Бернайса також надихали міністра пропаганди Йозефа Геббельса.

Одна з останніх і найбільш значних робіт Бернайса, була зроблена на замовлення United Fruit Company (UFC) та припадала на час розпаду холодної війни. UFC володіли великою кількістю бананових плантацій в Центральній Америці і контролювали їх через режими, що були названі "бананові республіки". У 1950 році Генерал Хакобо Арбенс був обраний президентом Гватемали і в 1953 році оголосив про плани свого уряду націоналізувати велику частину землі UFC. Бернайсу було поставлено завдання популяризації планів повалити Арбенса. Він змінив думку про Генерала, як всенародного обранця на комуністичну загрозу на порозі Америки. Він організував поїздку впливових американських журналістів і влаштував їх зустріч з особливо підібраними гватемальськими політиками, які стверджували, що Арбенс контролюється з Москви. Після цього було створено фальшиве незалежне інформаційне агентство в Сполучених Штатах назване Інформаційне Бюро Центральної Америки і засипали американські ЗМІ, прес-релізами про те, що Москва планує використати Гватемалу, як свою військово-стратегічну перевагу. Після того як Бернайс остаточно переконав американську громадськість, що комунізм розробляє звільнення півдня, президент Ейзенхауер доручив ЦРУ організувати державний переворот. У 1954 році Арбенс був відсторонений від влади і заміщений військовою хунтою на чолі з полковником Карлосом Кастільо. Таким чином, завдяки Бернайсу бананові плантації залишилися під

управлінням UFC. Отже, досягнення мети за допомогою соціальних змін та робота з лідерами громадської думки – це основні PR-методи Бернайса.

Співпрацюючи з урядом США ним були закладені основи стратегічних комунікації, що носили чіткий політичний характер. Упродовж своєї кар'єри, Бернайс вважав себе кращим публіцистом США та психоаналітиком проблемних корпорацій, але його найціннішою спадщиною є методи масового переконання, багато з яких він винайшов сам, під впливом ідей Фрейда, або вдосконалив уже існуючі, що віддзеркалює його ідею управління натовпом в демократичному суспільстві. "Свідоме та інтелектуальне маніпулювання організованими звичками і думками мас є важливим елементом демократичного суспільства. Ті, хто маніпулює цим невидимим механізмом суспільства, складають невидимий уряд, який є істинною правлячою владою країни"[30, 10].

Отже Липпман виявив, що сила демократичного суспільства лежить в межах існування взаємовпливу громадської думки та влади. Лебон вважав, що в натовпі формується колективний розум, а долучення до нього призводить до втрати особистісної свідомості, що дозволяє маніпулювати ним. Бернайс бачить пропаганду, як частину нашого повсякденного життя, формування громадської думки в інтересах корпорацій та уряду. А отже, всупереч поширеній думці, пропаганда це не тільки ідеологія, що зникла із занепадом тоталітарних режимів, але і є невід'ємною частиною нашого сучасного суспільства, адже продовжує впливати на наше повсякденне життя. Пропаганда впливає на політику в будь якій галузі, є запорукою наших дій, рішень або підтримки.

1.3 Теоретико-психологічні підходи до вивчення процесів формування особистісних установок та переконань

Попри те, що зміна установок та переконань, часто пов'язана технологічними інноваціями, екологічними або економічними змінами, теорії, щодо зміни ставлення, мають тенденцію зосереджуватись на навмисних зусиллях для зміни ставлення, очікуючи, що зміна поглядів призведе до зміни поведінки чи дій. Завдяки розповсюдженню доступу до засобів масової інформації, зусилля спрямовані на зміну установок та переконань досягли вищого рівня інтенсивності. Враховуючи, що установки та переконання піддаються зміні, важливо досліджувати причини та наслідки таких соціально-політичних трансформацій.

На зміну авторитарним режимам та типу свідомості, у пост авторитарному суспільстві виникає суспільний діалог, завдяки чому, кожна людина опиняється в умовах обов'язкового переосмислення свого місця і ролі в суспільно-політичному житті. Демократія дає людям можливість бути активними громадянами, а не пасивними суб'єктами, тобто залучення громадськості до ухвалення політичних рішень. Тим не менш, цей процес породжує цілу низку проблем. Громадяни повинні оцінювати велику кількість політичних об'єктів (кандидати, партії, тощо) і узагальнити свої уподобання таким чином, що дозволить їм відобразити своє рішення шляхом голосування.

На відміну від інших наук про політику, політична психологія вивчає передусім людей, які виконують різні політичні ролі. Інтерес до вивчення політичної поведінки прийшов з психології біхевіоризму, що спеціалізується на вивченні «спостереження поведінки», тобто тільки тих проявів політики, які можна реєструвати, виключаючи політичні погляди, переконання та інші суб'єктивні компоненти дій людини в полі політики [34]. У цілому в політичній науці під терміном політична поведінка розуміють, як дії окремих учасників, так і масові виступи, як активність організованих суб'єктів влади,

так і стихійні дії натовпу, як акції на підтримку системи, так і спрямовані проти неї.

Пошук причин, що пояснюють політичну поведінку, доповнюється дослідженнями психологічної природи тих вчинків, що здійснюються громадянами. Сучасні трактування політичної поведінки базуються на різних методологічних підставах, але всі вони так чи інакше наголошують на існуванні схеми «стимул-реакція» та проміжних факторів, чим може бути особистісні установки, переконання, цінності, що підтримуються групою або індивідуумом. Тобто, будь-яку форму політичної поведінки не можливо пояснити виключно впливом політичних стимулів, всі політичні дії опосередковані самою політичною діяльністю, її відображенням у мисленні і почуттях людей.

За Геллером, «оскільки війни починаються з рішення, будь-яке вивчення війн повинно прямо або опосередковано мати в своїй основі модель прийняття рішень» [33, 192]. Теорія прийняття рішень являє собою відхід від традиційного міжнародно-політичного аналізу, у якому дослідники розглядають держави у якості головних акторів у міжнародній системі. Вона спрямовує увагу не на держави як метафізичні абстракції, чи на уряди, а намагається дослідити поведінку окремих осіб, які приймають рішення, чим формують урядову політику своїх країн. За Снайдером, «одним з основних методологічних припущень є розгляд держави, як сукупності окремих урядовців, що приймають рішення - тих, чиї авторитарні дії є, за своїм наміром і метою, діями держави. Дії держави - це дії тих, хто діє від ім'я держави» [39, 65].

Моделі прийняття рішень умовно можна поділити на дві великі групи - раціональні та ірраціональні. Ірраціональні моделі, зосереджуються на питаннях когнітивної психології та на організаційній структурі і рутинних процесах, констатують, що на рішення часто впливають систематичні викривлення сприйняття, когнітивні або бюрократичні бар'єри. Хоча визначення раціональності є об'єктом як філософських, так і концептуальних

дискусій, мінімальним критерієм інструментально раціонального рішення є логічні вимоги послідовності та сумісності у поведінці, що спрямована на досягнення цілей. Отже, ірраціональні моделі, що базуються на психологічних принципах або інтересах мають безпосередню практичну цінність при дослідженні процесу політичного вибору.

В процесі політичного вибору індивіди керуються певними цілями і діють у спосіб, який, на їх думку, допоможе політичній одиниці, з якою вони себе ототожнюють досягти її цілей. Іншими словами, індивідуальна політична поведінка обумовлена уявленнями індивіда про те, як функціонує політичне середовище. Хоча на будь-яку дію накладаються об'єктивні зовнішні обмеження, політичною поведінкою керують уявлення особистості про те, яка діяльність вибраної нею політичної одиниці є належною та вигідною для неї [40, 65]. Фундаментальним тут є припущення про те, що влада та інтерес - дві концепції, що є базовими при вивченні політики - є когнітивними за своєю природою. Ні влада, ні інтерес не носять об'єктивного характеру. Навпаки, вони обумовлені характером переконань індивідів, яким належать [32, 64]. Когніції – переконання особистості та процеси побудови нею суджень, - мають велике значення, оскільки вони лежать в основі всієї політичної поведінки та утворюють основу розуміння влади та політичних інтересів. Когніції мають відношення до інтерпретації особами середовища у якому вони існують та до їх ставлень, уявлень, сценаріїв та схем поведінки, що формуються в результаті набуття життєвого досвіду [34]. Індивіди часто використовують когніції для евристичного аналізу можливих дій у нових для себе ситуаціях. Більш того, їх представлення проблем, з якими вони стикаються обумовлені тим, як вони сприймають реальність [38]. Вивчення когніцій ведеться по двом напрямкам: вивчення змісту когніцій та вивчення когнітивного процесу. Під змістом когніцій розуміють те, у що індивіди вірять, тобто їх декларативне знання. Когнітивний процес стосується того, як це знання використовується як на свідомому, так і на підсвідомому рівнях. Когнітивні процеси різних осіб можуть мати різний ступінь когнітивної складності.

Відмінною рисою когнітивних підходів є те, що основна увага у них приділяється розумовим процесам індивідуума. Основне припущення зводиться до того, що прийняття політичних рішень неможливо адекватно пояснити або спрогнозувати, не звертаючись до процесу мислення окремих його учасників. До того ж слід відмітити, що когнітивні підходи є особливо ефективними, коли вони застосовуються до неструктурованих задач - до проблем прийняття рішень, що пов'язані з високим ступенем невизначеності.

Отже, маніпулювання це система засобів психологічного впливу на людей з метою зміни їхніх думок, поведінки та прихованого управління ними. Еволюціонувавши від давніх часів, особливого поширення, маніпулятивні технології, набули тільки в ХХ ст. В повсякденній і діловій взаємодії, вони стають усе більше витонченими і замаскованими, причому ріст благополуччя життя людей не призводить до зміни цієї тенденції. Існують цілі інститути, які за допомогою різних засобів виконують маніпулятивні дії, впливаючи на підсвідомість людей, впроваджуючи в психіку людини норми, які повинні визначати її поведінку.

Бернайс наголошує, що «свобода вибору і конкуренції» - уявна, а на практиці світом капіталізму править диктатура закулісних маніпуляторів. Він бачить пропаганду, як частину нашого повсякденного життя, формування громадської думки в інтересах корпорацій та уряду. А отже, всупереч поширеній думці, пропаганда це не тільки ідеологія, що зникла із занепадом тоталітарних режимів, але і є невід'ємною частиною нашого сучасного суспільства, адже продовжує впливати на наше повсякденне життя. Пропаганда впливає на політику в будь якій галузі, є запорукою наших дій, рішень або підтримки.

На сьогодні, існує велика кількість технологій прихованого впливу та мають свою специфіку та особливості застосування, але об'єднуючим ядром є те, що всі ці технології активно використовуються маніпуляторами для досягнення своїх цілей.

Варто наголосити, що використання таких методів з метою впливу на громадську думку – є проявом маніпулятивної моделі комунікації. Це одностороння модель, що має чисто пропагандистські цілі. Одержувача переконують, але при цьому досягнення повної правди не входить у завдання комунікації.

У першому розділі було розкрито основні засади теорій маніпулювання, обгрунтовано необхідність врахування фактору особистісних установок та переконань індивіда при дослідженні політичних процесів, насамперед, процесу електоральної поведінки та їх потенційний вплив на політику держави. А також, розглянуто основні етапи розвитку теоретичних підходів.

Розділ 2. Зміни у ставленні та використанні маніпулятивних технологій в процесі суспільного розвитку та особливості їх застосування у сучасному інформаційному суспільстві

2.1 «Вдосконалення механізмів» маніпулятивного впливу в умовах сучасного інформаційного суспільства та процесу глобалізації

Одним з основних завдань для керівників і правлячих класів полягає в утриманні їх режиму таким чином, щоб він тривав якомога довше. Це, в першу чергу, вимагає стабільності і спокою в країні, але ще більше - покори народу. У минулому, коли більшість країн існували при автократичних режимах, а в більш пізніх історичних епохах, коли духовенство та лідери партій, були біля керма влади, основним інструментом підтримки порядку були спеціальні формування військових, поліцейських і відповідних правових, судових та пенітенціарних систем.

У більшості країн система управління змінилася за останні кілька століть. З приблизно 200 держав у світі, тільки близько 30 мають офіційні спадкові монархії (хоча фактично повноваження сучасного монарха відрізняються), а також кілька країн з диктаторськими режимами. З переходом до демократичної, ліберальної системи правління виникла необхідність підкорення мільйонів людей використовуючи мінімум примусу.

Програмування поведінки громадськості для створення нових відносин, ідеологій, установок і мотивацій, тобто пропаганда і маніпуляція свідомістю – стали головним завданням. Медіа набули важливого значення, зокрема, новітні підходи до масивної ідеологічної обробки, в рамках якого, майстерно зроблені фільми, телевізійні програми, ток-шоу, популярні шоу і тд. використовуються з метою привити ідеї, що необхідні владі. Також, важливого значення набули системи освіти, що використовуються в школах та інших установах, з метою просування певних переконань та цінностей у молодого покоління.

Такі системи не рідко використовують закони психології натовпу, наприклад такі як, схильність вести себе так само, як інші, придушення відчуття відповідальності за колективні дії, тощо. Іноді, методи ідеологічної обробки звертаються до природних інстинктів, які, будучи неприйнятні на свідомому рівні, як правило, витіснені на підсвідомий рівень. Навіювання та використання ідей, що є чужими та не притаманними свідомості людині, принципово відрізняється від процесу переконання, де аргументи, ідеї чи концепції оцінюються критично і можуть бути сприйнятими, або відкинутими. Також слід зазначити, що в сучасному суспільстві, маніпуляція свідомістю використовується також як метод для досягнення практичних цілей, таких як реклама, розповсюдження дезінформації і т.д.

Суспільство, що бомбардується однією і тією ж інформацією, ідеями та упередженою інтерпретацією щодо цього, стає керованим і контрольованим незалежно від його культурних і класових відмінностей. Добре відомо, що люди в натовпі будуть підтримувати їх репресивного диктатора і навпаки, демонструвати презирство щодо борців за їхню свободу.

В наш час, технології ідеологічної обробки часто пов'язують з діяльністю "зв'язків з громадськістю" або PR. Але, PR- це система, метою якої є узгодження інтересів та налагодження ефективного комунікаційного процесу різних партій і груп, таких як суспільство і влада, приватних осіб і урядів, компаній і корпорацій. Крім того, зв'язки з громадськістю повинні бути адвокатом та засобом поширення достовірної інформації.

Фундаментальна відмінна риса справжньої демократії полягає в тому, що в свідомості людей та влади, самоврядування повинно розумітися як правило, як система, що складається з обраних органів, тобто, з парламенту, Сенату, Державної Думи та президента, прем'єр-міністра і політично активної частини населення. Але зазвичай, в сучасній політико-соціальной практиці, в значній мірі, суспільну свідомість і поведінку визначають парадигми, що впроваджуються засобами медіа, що, як це часто відбувається в сучасних демократичних країнах, належать до певних груп із власними, іноді

прагматичними, інтересами в той час, як громадянське суспільство та суспільна свідомість не завжди в змозі ефективно протидіяти таким маніпулятивним впливам. В сучасних умовах, демократична політика майже повністю керується жадібністю і особистими інтересами. Політичні партії роблять все можливе в рамках закону, а іноді і поза законом, щоб отримати додаткові голоси та зберегти владу.

Саме свобода слова є фундаментом демократії, а уряд має бути гарантом її дотримання, як на законодавчому, так і на виконавчому рівні. Без свободи слова, корумповані політики, корпоративні монополії, релігійні фанатики, військової еліти та інші потужні групи інтересів отримують важелі впливу для обмеження потоку інформації і спотворення істини, заради маніпулювання свідомістю мас, утримання влади та збагачення. Диктатури мало зацікавлені у реформуванні неефективних законів, але в умовах демократії, конкуруючим політичним партіям необхідно виглядати у світлі постійно працюючих в інтересах виборців і таким чином, закони постійно удосконалюються, завдяки механізму консультацій з громадськістю та громадських обговорень. Але інколи, тільки громадянський протест може бути єдиним способом змусити еліти до політичних змін, адже без демократичного права на мирний протест, люди часто не мають іншого вибору, крім як діяти рішуче та жорстоко. Проте, демократичні реформи мають проваджуватись якомога ретельніше, історія свідчить, що будь-яка спроба реформувати демократію споріднена з небезпекою маніпулювання потужними елітами, що прагнуть більше влади.

Варто зазначити, що функцію маніпулятивного апарату, майже цілком і повністю перебрав на себе ЗМІ, що в свою чергу, переслідують інтереси конкретних груп. А завдяки тому, що в сучасному, інформаційному суспільстві майже неможливо уникнути контактування з періодичними виданнями, телебаченням, мережею Інтернет, домінуюча позиція та не обмежені можливості сучасних ЗМІ у сфері маніпулювання громадськістю, є беззаперечними. В даному ключі, надзвичайно важливу роль у становленні та розвитку механізмів маніпулятивного впливу відіграє використання та швидке

поширення мережі Інтернет, що за неймовірно короткий час, стає важливим засобом політичної комунікації, який не тільки не поступається класичним ЗМІ, а навіть має велику кількість переваг. По-перше, Інтернет дає можливість скоротити цикл оновлення та оприлюднення новин, завдяки тому, що інформацію можна постійно оновлювати з відносною легкістю в порівнянні з класичними ЗМІ, а отже, короткий цикл новин, як правило, сприяє безперервному охопленню аудиторії. По-друге, Інтернет дозволяє застосовувати масове поширення інформації при відносно незначних ресурсних витратах, що допомагає розповсюджувати нові види інформації з нових джерел - в тому числі пліток, в той же час, телебачення може вибирати та поширювати інформацію, тільки за умови, що вона відповідає існуючими стандартами тележурналістики. По-третє, з тих же причин, Інтернет сприяє появі нових журналістських джерел інформації, що конкурують з телевізійним висвітленням, а також нові методи журналістської роботи, що можуть іноді впливати на форму і зміст висвітлення на телебаченні та стандарти тележурналістів.

Отже, на сьогоднішній день, в умовах інформаційного суспільства створені найсприятливіші умови для маніпуляції, адже сучасний споживач інформації «птопає» в множині фактів, думок, оцінок, завдяки чому, у такої людини виникає повна мішанина в розумінні тих чи інших явищ і немає ніякого взаємозв'язку подій. Єдина система, на яку вона в змозі покладатися - це система стереотипів, що вже сформована в її свідомості. В умовах радикальних перетворень відбувається широкомасштабне ламання стереотипів поведінки, порушується механізм усталених форм впливу, що породжує стан фрустрації у якому людина легко піддається маніпуляціям. Одна з рис кризового періоду - насиченість міфами, що спостерігається і сьогодні. Міфологізована свідомість схильна до стереотипізації поведінки людини, шаблонному сприйняттю навколишньої дійсності. Основний принцип, яким керуються люди в такі періоди, це бути «як всі». Перехід до інформаційного суспільства різко активізував інформаційно-комунікативні процеси, здійснювані опосередковано

через засоби масової комунікації й безпосередньо в міжособистісній й індивідуально-груповій взаємодії. Це стимулювало поширення та інтенсивне застосування маніпулятивних прийомів і технологій впливу на людей. Використання в інформаційно-комунікативних процесах маніпулятивного впливу, досягло таких масштабів, що може являти загрозу інформаційно-психологічної безпеки особистості й суспільства в цілому.

2.2 Вплив ЗМІ на формування громадської думки та їх роль сфері сучасних технологій політичної маніпуляції і процесів переконання

Політику, можна визначити, як процес, за допомогою якого клани, партії реалізують свої цілі і інтереси через системи прийняття рішень. Але в сучасному суспільстві, політична комунікація передбачає не тільки роботу тих конкретних груп, що безпосередньо приймають рішення, а й залучення громадськості, ЗМІ та уряду у цей процес. Таким чином, політичну комунікацію можна визначити як процес, за допомогою якого політичні лідери, ЗМІ та громадяни країни висловлюють свою позицію через повідомлення (меседж), що пов'язані з проведенням державної політики. Але, перш за все, політична комунікація – це процес, продукт складної та динамічної діяльності.

ЗМІ є найбільш потужним інструментом, що використовуються правлячим класом для маніпулювання масами. Вони формують і визначають думки, погляди, переконання, що є нормальним, прийнятним та влаштованим таким чином, щоб охопити якомога ширшу аудиторію. Вони включають в себе телебачення, кіно, радіо, газети, журнали, книги, Інтернет і тд. Проблема ролі та впливу ЗМІ почала турбувати науковців з початку минулого сторіччя, що породило велику кількість досліджень та відкрило кращі методи впливу на них, що є актуальними і до тепер. З цих досліджень і виникла наука про комунікацію, що активно застосовується в області маркетингу, зв'язків з громадськістю та в політиці. Таким чином, масова комунікація є необхідним інструментом для забезпечення функціональності, як сучасної демократії, так і диктатури, що залежить лише від методів та мети її використання.

У 1958 передмові до свого роману антиутопії «Чудовий новий світ» (Brave New World), англійський письменник Олдос Хакслі, змальовує стан сучасного йому суспільства у досить похмурому світлі. Він вважає, що людство знаходиться під контролем "безособистісної сили", правлячої еліти, яка маніпулює населенням використовуючи спеціальні методи. 34 "Безособистісна сила, над якою у нас немає майже жодного важелю впливу та контролю,

здається, штовхає нас всіх в напрямку Чудового Нового Всесвітнього кошмару, і цей безособистісний тиск, в даний час, свідомо прискорюють представники комерційних і політичних організацій, які розробили ряд нових методів маніпулювання, в інтересах деякої меншості, що працюють через думки і почуття мас"[31, передмова]. Такі похмурні соціально-політичні перспективи, в тій чи іншій мірі присутні у великій кількості важливих досліджень про ЗМІ, що ще раз доводить, що це не просто чергова гіпотеза або параноїдальна маячня.

У "Суспільному думці", Ліппман порівняв маси з "Великим звіром" та "Здивованим стадом", яким потрібно керувати правлячим класом, а також описав правлячу еліту як клас, чий інтерес виходить за звичні рамки та складається з експертів, фахівців і чиновників. Експерти, які часто називаються "елітами" мають бути машиною знання, що обходить первинний дефект демократії, тобто ідеал, що громадяни володіють всіма повноваженнями, в той час "Здивоване стадо" – зацікавлені спостерігачі вистави та не є безпосередніми акторами. Таким чином, засоби масової інформації мають стати інструментом керування (спрямування) громадськості елітами, без фізичного примусу [10, 45].

Злиття медіа-компаній в останні десятиліття породило конгломерати ЗМІ в руках невеликих олігархій, тобто більшість шоу на телебаченні, музика, кінофільми та газети, все це виробляється вього кількома корпораціями, а власники таких конгломератів мають тісні зв'язки зі світовою елітою і багато в чому, вони і є елітою. Тісно співпрацюють між собою, вони отримують всі важелі впливу на суспільну думку, для того, щоб створити в свідомості людей єдиний узгоджений світогляд, породжуючи стандартизацію людської думки, а отже, ідеї, які вважаються елітами необхідними та бажаними, вміло продаються в маси для того, щоб стати нормою, в той час, як ідеї, що з точки зору еліт, вважаються маргінальними (не вписуються в єдиний спосіб мислення), нещадно відкидаються цим механізмом.

Такі тенденції були помічені, як небезпечні для людської свободи ще в 1930-х роках мислителями Франкфуртської школи, Теодором Адорно та Гербертом Маркузе. Вони визначили три основні проблеми, пов'язані з індустрією культури: перетворення людської істоти в стан маси, що перешкоджає розвитку тих, хто здатен до прийняття раціональних рішень; заміщення прагнення самоврядування та самосвідомості, конформізмом та пасивністю; прагнення і впевненість людей, що вони дійсно зацікавлені уникнути абсурду і жорстокості в світі, втрачається у самовдоволенні [40].

Поняття втечі від дійсності, стає ще актуальніше з появою нових технологій: комп'ютери, 3D фільми, високотехнологічні розважальні центри, інтернет. Маси знаходяться у постійному пошуку розваг, кращі з яких, виробляються тільки найбільшими медіа-корпораціями світу. Такі продукти містять ретельно продумані та приховані повідомлення і символи, що по суті є пропагандою.

В сучасному світі, дискусії з приводу об'єктивності ЗМІ є надзвичайно актуальними, наприклад, консерватори критикують засоби масової інформації за «ліберальність» та упередженість, що проявляється в заміщенні критичного погляду, особистим поглядом журналіста, редактора чи власника ЗМІ, які, на думку критиків, мають тенденцію бути елітарним. Голдберг, у своїй праці «Всередині СиБиЕс, як ЗМІ спотворюють новини» (A CBS Insider Exposes How the Media Distort the News) стверджує, що більшість журналістів у великих редакціях схиляються «вліво» в їх особистому баченні політики, особливо з таких питань, як аборти, проблеми расової дискримінації, права секс-меншин, контроль над вогнепальною зброєю і тд.

Інколи робота не сумлінних ЗМІ полягає не в повідомленні новин, а в введенні в оману: відвернути увагу громадськості від важливих питань і змін в інтересах політичних і економічних еліт, за допомогою спеціальних технік. Журналісти, що мають доступ до високопоставлених державних і корпоративних джерел повинні тримати їх на своєму боці, не повідомляючи нічого негативного про них або їх організації. В іншому випадку вони

ризикують втратити ці канали, але в обмін на лояльність, отримують доступ до інформації. Неофіційна та ексклюзивна інформація, створює враження журналістського розслідування, проте часто є частиною стратегічного плану влади або окремих акторів.

Вочевидь, громадяни перебувають під впливом засобів масової інформації, вони формують громадську думку, організовуючи соціологічні дослідження, опитування та приймаючи участь в обговоренні та визначенні тих проблемних питань, що на їх думку є найбільш важливими, адже ЗМІ залишається головним каналом комунікації між громадянами та політичними лідерами. Таким чином, засоби масової інформації відіграють основну роль у формуванні змісту і форми інформації, що подається громадськості. Політична комунікація являє собою процес обміну та інтерпретації повідомлень, але всі суб'єкти процесу політичної комунікації, як правило інтерпретують інформацію, отриману від різних каналів зовсім по-різному.

2.3 Аналіз використання маніпулятивних технологій в сучасному пострадянському політико-комунікаційному просторі Росії

Сучасна ефективна політична комунікація, побудована на демократичних та гуманістичних засадах, є однією з основних умов трансформації політичної системи, так як, по-перше, сприяє зародженню нових суспільно-політичних відносин, будучи відображенням системних трансформацій, що відбуваються, по-друге, бере участь у процесах інтеграції - диференціації політичної системи, посиленні - ослабленні соціально-політичних конфліктів, згоді-не згоді в суспільно-політичній сфері, по-третє, є показником перетворень, результативність яких зростає з подоланням дистанціювання у відносинах влади і суспільства.

У сучасних умовах, доцільно розглядати політичну комунікацію, як цілісне явище: і на теоретичному рівні, що оцінює дане явище, як особливий тип спілкування, що виникає в політичній сфері та надає йому унікальність, і на практичному рівні, пов'язаному з аналізом масових комунікаційних процесів (через діяльність інститутів ЗМІ, організацій зі зв'язків з громадськістю).

У трансформаційних процесах Росії значно зростає роль політичної комунікації, як сполучного чинника в політичній системі між політичною та соціальною системами. У заданих умовах слід розглядати подвійну роль політичної комунікації: по-перше, побудова нових зв'язків у політичному просторі і по-друге, руйнування старих, неефективних.

В умовах конфліктного та диференційованого характеру суспільства, політичне комунікативний простір є однією з найбільш важливих сфер, де за допомогою взаємодії всіх соціально-політичних інститутів формуються чинники, що інтегрують суспільство. В якості однієї з основних функцій політичної комунікації поряд з функцією інтеграції суспільства, слід виділити функцію вирішення конфліктів. В умовах системних перетворень соціально-політичні конфлікти є невід'ємною складовою сучасного російського

суспільства. Очевидно, що для реалізації даної функції є необхідним знання та ефективно застосування технологій вирішення конфліктів учасниками комунікаційного процесу. В країні є особливо актуальною проблема недостатньо високого рівня підтримки інститутів політичної системи серед населення, що тісно споріднено з проблемою політичної комунікації. Її рішення багато в чому залежить від розвитку ефективних двосторонніх, прозорих відносин соціально-політичних суб'єктів комунікативного простору, спрямованих на реалізацію взаємних інтересів, досягнення ефективного політичного дискурсу, що, у свою чергу, є умовою підвищення стабільності та легітимності політичної системи.

Глобальне зростання ролі інформаційних процесів, як чинника суспільного розвитку, в першу чергу залежить від діяльності інститутів ЗМІ в політичному комунікативному просторі з одного боку, як активного медіатора, а з іншого - як рівноправного члена політичної комунікації. Розвиток медіа в Росії пов'язаний із загальносвітовою тенденцією посилення ролі медіа в політиці. В умовах демократизації та за відсутності стримуючих цю тенденцію механізмів (традиції, суспільні інститути і т.д.), для Росії існує небезпека розвитку антидемократичних процесів. Слабкі, неконструктивні зв'язки між владою і суспільством найчастіше є наслідком неорганізованого інформаційного обміну, що вимагає подальшого розвитку в державних службах організацій зі зв'язків з громадськістю. В Росії структури зі зв'язків з громадськістю знаходяться на стадії становлення, причому на регіональному рівні цей процес протікає повільніше, ніж на федеральному рівні. А отже, сучасне російське суспільство атомізоване, поляризоване та не консолідоване, що є результатом його відчуження від влади.

Виборчі кампанії є особливо показовими для досліджень політичних маніпуляцій завдяки тому що, по-перше, в період агітаційних кампаній мобілізуються всі маніпулятивні ресурси з метою спонукати населення до активної підтримки тих чи інших сил, а по-друге, в ході виборчого процесу є можливість спостерігати результати маніпулятивних технологій. Одним з най

важливих елементів системи політичної маніпуляції - впровадження в масову свідомість необхідних соціально-політичних міфів, напр.:

1. Позитивний імідж демократії взагалі і конкретних демократів зокрема
2. Уявлення про неприйнятність зміни режиму революційним шляхом. Маніпулятори подають демократичні вибори, як єдиний легітимний спосіб впливу широкої громадськості на владу, так як вибори, як інструмент може знаходитися під контролем маніпулятивної машини влади і загрозою для еліти бути не можуть
3. Уявлення про стабільність та економічний розвиток країни. ЗМІ акцентують увагу на цифрах економічного зростання, джерело яких – уряд
4. Міф про безальтернативність ліберального шляху
5. Євроцентризм

Термін «Політичні технології» переважно незнайомий та не використовується на Заході - це евфемізм, зазвичай використовуються в країнах колишнього Радянського Союзу, через активне використання та розвиток промисловості політичних маніпуляцій. В цих країнах панує всезагальне розуміння того, що процедура виборів –маніпулятивна технологія, покликана виправдати (легітимізувати) необмеженні владні повноваження.

У радянський час, використання особистих зв'язків для отримання доступу до товарів і послуг, що в більшості випадків були у дефіциті, а також для обходу формальних процедур-була повсякденною практикою та необхідна для компенсації неефективності соціалізму. Процесирозпаду Радянського Союзу породили нові покоління неформальних практик, що активно використовуються і в наш час, фактично, такі особливості комунікації в країнах пострадянського простору дають можливість продовжувати та удосконалювати традиції маніпуляційного (автократичного) панування, формально прикриваючи цей процес декларуванням демократизації політичної системи. Отже, ігноруючи закон та моральні принципи, пострадянські еліти

використовують маніпуляції, корупцію і державний апарат для збереження та узурпації влади.

На думку багатьох дослідників, Росією було продемонстровано стрімкий прогрес в процесі демократизації країни на початку 1990-х, але після того, як Володимир Путін прийшов до влади в 1999-2000 роках, цей процес був призупинений, а всі його досягнення були нівельовано. У цей період, в Державній Думі стали домінувати партії, що схвалюють уряд (парламентські вибори 2003), прямі вибори губернаторів були скасовані в 2004 році, а власність та контроль над основними засобами масової інформації та галузями промисловості, включаючи енергетику, були консолідовані в провладних руках. Урядом Путіна було продемонстровано нехтування верховенством права і правами людини, яскравими прикладами цього є придушення заколоту на Північному Кавказі. Дмитро Медведєв - протеже Путіна, був обраний президентом в 2008 році, одразу призначив Путіна прем'єр-міністром та продовжив його політичний курс. У серпні 2008 року урядом було направлено військові операції проти Грузії, а також визнано незалежність сепаратистської Південної Осетії і Абхазії, що було засуджено більшістю міжнародного співтовариства. В кінці 2011 року було оголошено, що Путін повернеться на пост президента, а Медведєв стане прем'єр-міністром. Дана заява, а також велика кількість зафіксованих порушень в процедурі виборів до Думи в кінці року, спричинило хвилю народних протестів, які уряд намагався придушити завдяки проведенню реформ та пропутінських мітингів. У березні 2012 року Путін був переобраний президентом з великим відривом. На наступний день після інавгурації Путіна (7 травня), законодавчий орган затвердив Медведєва на пост прем'єр-міністра. З цього часу Путіном продовжується посилення обмежень та контролю, щодо діяльності ЗМІ, свободи зібрань та інших прав людини. У сучасній Росії функції засобів масової інформації сильно обмежені, що не сприяє політичній конкуренції або притягнення уряду до відповідальності перед суспільством, а є політичним інструментом, що застосовується в провладних інтересах.

Економічне зростання в Росії, як і раніше, залежить від експорту нафти і газу, але страждає від нереформованої системи охорони здоров'я, нездорового способу життя населення, низької привабливості інвестиційного клімату, високого рівня злочинності, корупції, відтоку ресурсів і безробіття.

Протягом всієї історії, правителі Росії неодноразово робили спроби реформування на зразок західного, прагнучи наздогнати військові і технологічні досягнення Європи. Але в політичній сфері, вестернізація не підтримувалась, влада будь-якими способами запобігала поширенню та вкоріненню таких ідей, правителі були стурбовані, щоб характер режиму залишався незмінним, а їх влада залишалася абсолютною.

В результаті, такі політичні реформи, як поява конституції і парламенту, кодифікація прав та свобод, що поступово звільнили європейські суспільства і перетворили громадян на суб'єктів влади, не мали місця в Росії до початку 20 століття, що було затьмарено більшовицькою революцією і наступними десятиліттями масового терору. Отже, як в часи панування монархів, так і при комуністах, репресивна російська влада панувала. Російське суспільство ніколи не вважало себе, силою, що може впливати на політичну ситуацію, адже нищо не сприяло розвитку навичок, або прагнення до соціальної організації. Життя в постійному страху та під гнітом породив відмінний від європейського менталітет та соціальні особливості: песимістичні настрої, недовіру, апатію та адаптацію до несприятливого середовища, що формувалось волею та примхою влади. Замість формування соціальних груп, що мали б відстоювати спільні інтереси, формувалась роздробленість населення, а отже, не було жодного захисту від свавілля держави.

Перебудова, що була ініційована Горбачовим, стала першим кроком до обмеження абсолютної влади комуністичних засад та номенклатури, падіння «залізної завіси». В певних межах, стало можливим відносно вільне вираження думок, можливість подорожей до інших країн, а також створення політичного плюралізму. Така реформа була безпрецедентною, перш за все, тому що стасувалась зміни ідей та цінностей, але була досягненням не боротьби

радянського суспільства за свободу, а ініційована владою. Єльцин підтримав процес демократизації ввівши західні демократичні інститути і принципи, що були закріплені в новій Конституції 1993 року. Отже, тільки протягом цього періоду російський народ діяв в якості соціальної сили, активно поширювались західні цінності лібералізму та демократії.

Із закінченням комуністичної епохи та розпадом Радянського Союзу, розпочався процес стрімких змін: зміна соціального середовища, економічні труднощі, невизначеність, відсутність безпеки. Розчарований Російський народ відчував, що його обдурили, а прийняття західних моделей зробили їх життя гіршим. Вони почали засуджувати Захід та вестернізацію, як шлях, що не підходить Росії, не усвідомлюючи, що успіх в обраному шляху вимагає активної та постійної участі людей в цьому процесі, отже суспільство повернулось до звичної йому апатії та розпилення. До кінця 1990-х років Росія розпочала рішучий перехід до ринкової економіки, але в результаті, політично і соціально, відбулось повернення до традиційної для країни політичної схеми: домінування держави і незаперечного верховного правителя, концентрації влади у своїх руках, що і використав Володимир Путін ставши новим лідером в 2000 році.

Путін скористався настроями, які панували в країні на той час та поділялась більшістю населення, що посткомуністичні роки були періодом слабкості та приниження Росії, чим захід і користувався. Він гарантував переконати Захід бачити Росію, силою з якою варто рахуватися, але ці спроби не увінчалися успіхом, починаючи з проблеми війни в Іраку та питань, щодо розширення НАТО, західні зовнішньополітичні рішення приймалися без урахування позиції Росії. Більше того, Захід безперервно критикує Росію за її політику і недемократичність, зазіхання на права і свободи людини. Розуміючи, що Захід проявляє більшу терпимість до інших посткомуністичних країн, Путін висловлював, що Західний акцент на демократію і права людини не більше ніж привід, щоб нашкодити Росії та перешкоджає її економічному і геополітичному відродженню. Його обурення, щодо західних і російських критиків політичного

курсу, що часто виражалось в грубій і саркастичній формі, мало досить сильний резонанс із суспільними настроями, завдяки чому, в риторичі Кремля прослідковується все більше антизахідних ідей, що охоче приймалось народом. Дане твердження підтверджують і соціологічні опитування «Левада-Центр», що містять безліч свідчень відторгнення росіянами західного способу організації політично-соціального життя та цінностей. Так в опитуваннях 2003, 2006, 2007 років, містилися питання на цю тему: «З якими з наступних висловлювань ви згодні більшою мірою?». Відповідь: «Росія - євразійська держава, у якій власний шлях розвитку», обрали відповідно 76% у 2003 та 2006 роках, та 74% у 2007. На питання «Ким, насамперед, є найбільші західні країни (США, Німеччина, Японія, Великобританія та інші)?» - 46% респондентів відповіли «Противники Росії, що прагнуть вирішувати свої проблеми за її рахунок і при зручному випадку завдають шкоди її інтересам». «Яку політику Росія повинна проводити по відношенню до країн СНД?» - 32% за «Слідкувати за тим, щоб іноземні держави (США, Китай, Туреччина та ін) не чинили небезпечного тиску на ці країни [22]. Отже, світ, що живе за західним принципами, видається більшості росіян ворожим і підступним та демонструє, що за часі правління Путіна-Медведева, погляди росіян на цю проблему, носять стійкий характер.

З отриманням влади, Путін продовжив процес зміцнення авторитету держави, що, до цього часу, призупинявся тільки спробою демократизації в роки Єльцина. Зокрема, зміни у виборчому законодавстві дозволили усунути з політичної арени будь-які небажані партії, фігури або сили, зменшити владу губернаторів і маніпулювати виборчим процесом з метою забезпечення бажаних результатів. За допомогою подібних заходів, а також, завдяки використанню адміністративного та матеріальних ресурсів, парламент та суди стали повністю контрольованими Кремлем. А розвиток сфери ЗМІ, супроводжувався різким падінням її, як незалежної громадської інституції.

У путінській Росії, ЗМІ, що висвітлюють суспільно-політичні проблеми, використовуються владою в якості інструменту пропаганди. Переважно це медіа, що мають найширше охоплення аудиторії, особливо основні національні

телеканали. При необхідності видалення з політичної арени небажаних елементів, претендентів на владу або ЗМІ, Кремль основному утримується від репресивних дій, натомість спираючись на маніпулятивні методи. Важко не помітити випадки, коли основні національні телеканали, в один голос, демонстрували своє ставлення (чітку позицію) до події та продукували конкретні настрої, анти-українські, анти-грузинські, антиамериканські тощо. Вочевидь, аудиторію головних національних каналів телебачення, в більшості складають провінційні, літні люди, особливо в регіонах, де не має альтернативи. Тому, влада вдається і до інших джерел інформації, з метою поширення впливу на всі верстви населення. Росії є так багато засобів масової інформації, що уряд просто не зможе контролювати їх всі, але їх частка настільки не значна, що вони не мають істотного впливу на формування загальної громадської думки, особливо доки політична влада узурпована, доступ до інформації жорстко контролюється, а громадськість залишається фрагментованою і апатичною. В сучасній Росії, держава має майже необмежені важелі впливу на тих, хто прагне дотримуватись незалежної редакційної політики. Наприклад, технологія зміни власника ЗМІ, що було яскраво продемонстровано стосовно НТВ в 2001 році.

В 2008р. створення Роскомнадзору - нового федерального органу виконавчої влади, до функції якого входить контроль та нагляд у сфері засобів масової інформації, а також введення єдиного реєстру заборонених сайтів, що функціонує з 1.11.2012, слугують яскравими прикладами «затягування гайок» та фактично є виправданням фільтрації/обмеження доступу до інформації на законодавчому рівні і є проявом використання маніпулятивних технологій.

Втручання в функціонування будь-якої організації (це може бути медіа, громадська організація, бізнес, тощо) може відбутися з будь-якого приводу: використання неліцензійного програмного забезпечення, пропаганда наркоманії/гомосексуалізму/екстремізму/тероризму, публікування забороненої інформації, тощо. Таки чином, переважна більшість медіа, а особливо їх власники, зобов'язані бути лояльними до влади, щоб мати можливість існування в сучасному Російському бізнес-середовищі без перешкод. Такому

стану справ, також сприяє, як вже було зазначено, контроль над законодавчими органами, що дозволяє впливати на будь-який закон або поправки, наприклад, щодо обмеження функціонування вільних ЗМІ, які часто формулюються таким чином, щоб надалі полегшували застосування вибіркового правосуддя, ніби в рамках закону. На нашу думку, влада, що формує таке середовище, де панує тотальне беззаконня, конфлікти вирішуються шляхом вбивства журналіста, політика, бізнесмена, чи громадського діяча, діє відверто антигуманно та антидержавно, адже переслідує виключно свої власні інтереси (а саме: збереження влади, примноження статків, прикриття кримінальної діяльності) – є нелегітимною та аморальною, особливо для сучасної країни, що декларує демократичні засади функціонування. Отже, російський народ потребує нагальної допомоги у звільненні від репресорів, а уряд має понести відповідальність за всі скоєні ним злочини.

Отже, можна зробити висновки: в перші посткомуністичні роки, Росія прямувала до конкурентоспроможної політичної системи. Різноманітні та активні ЗМІ заохочувались та були невід'ємною частиною процесу формування плюралістичного середовища.

В кінці 1990-х років повернення більш традиційної політичної схеми: домінування держави над слабким та роздробленим суспільством і верховного правителя, зусиллями Володимира Путіна.

Лояльність до влади, а не слідування законодавству, стає єдиною запорукою успішного функціонування.

В Росії держава використовує національні телеканали, як безцінний політичний ресурс. Національне телебачення ефективно формує громадську думку, підвищуючи, занижуючи або ігноруючи важливість подій.

Незалежні ЗМІ відіграють важливу роль, особливо коли політичний процес жорстко контролюється, але їх не суттєва частка, а також, знищення не лояльних до влади елементів в сучасній Росії, нівелює навіть їх потенціальний вплив.

Так як журналісти працюють з ласки уряду, самоцензура стала всюдисуща, але ступінь самообмеження може значно різнитися.

Деякі процеси, такі як, економічна криза, створює можливості для «зворотньої гойдалки»: зростання громадської активності та політичного плюралізму. Це дозволить засобам масової інформації відновити політичну актуальність і знову взяти на себе роль служіння суспільним інтересам. Але застосування владою суворих заходів, метою яких є не допустити початку такого процесу, не слід недооцінювати.

2.4 Аналіз використання маніпулятивних технологій в сучасному пострадянському політико-комунікаційному просторі України

Очевидно, Росія не є винятком у довгому списку країн, що практикують недемократичні вибори і не є "електоральними демократіями". Найпростіший критерій, що розділяє ці дві групи країн, сформулював відомий американський політолог Адам Переворський: "Демократія - це політичний режим, де партії програють вибори"[36, 47]. І хоча несправедливі вибори не передбачають заборону участі в них опозиційних партій чи кандидатів, вони виключають можливість поразки правлячих груп. Зрозуміло, що угруповання, які перебувають при владі програвати вибори не бажають, в будь-якій демократичній країні, але зберегти монополію на владу протягом тривалого періоду вдається лише небагатьом. І тому спокуса обмежити конкуренцію проявляється занадто часто, особливо в країнах пострадянського простору.

Найпростішим шляхом досягнення абсолютної влади є "вибори без вибору", характерні для СРСР до кінця 1980-х рр., а також для деяких пострадянських країн. Опозиція може бути офіційно заборонена, або мати суто декоративний статус (наприклад в Узбекистані, де в 1990-і рр.. політичним партіям законодавчо заборонили боротися за владу).

Однак частка країн, що практикують невільні вибори, за останні 15 років скоротилася більш ніж наполовину. Аде, поштовхом для таких змін слугує не прихильність влади ідеалам демократії, а скоріше, криза легітимності режимів, на фоні занепаду їх здатності пригнічувати масове невдоволення репресіями.

Але проблема полягає в тому, що конкурентні вибори - це свого роду "квиток в один кінець". Одного разу надавши можливість виборцям реально обрати своїх депутатів і президентів з декількох реальних альтернатив, буде дуже проблематично повністю забрати це право вибору, без використання насильства. З посиленням політичної конкуренції та з розвитком опозиції перед владою виникає питання доцільності проведення справедливих виборів, що споріднено з ризиком втрати влади. Отже, не дивно, що правлячі групи

вдаються до маніпулятивних прийомів з метою збереження влади, особливо, якщо сукупність культурно-історичних, соціально-політичних, економічних та законодавчих умов, сприяє цьому процесу.

Розроблені в СРСР методи маніпуляції громадською свідомістю вважалися, свого часу, одними з кращих у світі. Елементи ідеологічної боротьби і комуністичної пропаганди ефективно використовувалися і були випробувані не тільки в СРСР, а й у багатьох країнах світу. Детально були розроблені елементи психологічної війни. Особлива увага приділялася різним видам агітації та пропаганди: зовнішньополітичної, маніпулятивної, «білої» і «чорної», підривної, контрпропаганди та ін. Отже, практика використання науки та інформації в якості ідеологічного прикриття великих прагматичних політичних проектів історично склалася досить давно і просякла політичні інформаційні поля різною мірою багатьох пострадянських країн. Але з розвитком комунікаційних технологій, маніпуляційні впливи вийшли на принципово нові масштаби застосування.

Громадяни України неодноразово були свідками того, що в нашій країні, виборчі стратегії і тактики суб'єктів політичного процесу, здебільшого будуються не під час всього терміну перебування при владі, а лише напередодні виборів. Разом з цим, як правило, кандидативикористовують величезний асортимент виборчих технологій і прийомів масового впливу на свідомість виборців, у тому числі, так звані «брудні» технології. Особливо важливим є той факт, що в складних умовах формування національної політичної системи України, виборчі процеси, в переважній більшості випадків, базуються не на принципах конкуренції політичних програм, їх цілей та досягнутих результатів конкретних політичних сил, що мали можливість їх продемонструвати знаходячись при владі. Для досягнення високого результату і максимізації голосів практично кожна політична сила в Україні, займається поширенням неправдивої інформації про основних опонентів або іншими «брудними» методами агітації і боротьби за голоси виборців. Замість конкуренції виборчих програм, цілей і результатів роботи політичних сил,

фактично відбувається конкуренція безвідповідальних політичних декларацій і популістських обіцянок, нейролінгвістичних та інших прийомів інтенсивного впливу на свідомість громадян країни, компроматів та інформаційного «очорнення» опонентів.

Загальновідомо, що в рамках виборчих процесів, в Україні активно використовуються масові інформаційні фальсифікації, провокації та маніпулювання свідомістю виборців. При цьому відбувається критичне поширення фактів інформаційних посягань на честь і гідність громадян, що представляють різні політичні сили. Завдяки недостатньому рівню правової та політичної культури, відсутності дієвих механізмів громадського контролю над учасникамивиборів в Україні, кожен вибори перетворюються на «полювання» на голоси виборців, де особливе місце посідають технології маніпуляції громадською думкою. На жаль, в реаліях боротьби за владу в сучасній Україні, діє тільки цинічний, протиправний і антигуманний принцип - мета виправдовує засоби.

На даному етапі розвитку нашої країни, державна політика забезпечення чесних, прозорих і вільних виборів, взагалі відсутня. Наприклад, досі не складено точних і реальних списків виборців, помилки в яких, продовжують використовуватися з метою впливу на результати голосування і вибори загалом. До типових помилок, як правило, відносяться: неправильно зазначені прізвища, ім'я та по батькові, місце реєстрації, дата народження, тощо.

В Україні, маніпулювання інструментами вивчення та прогнозування громадської думки, як правило, використовуються спеціальні підміни, або ж «вигадкування» результатів окремих соціологічних опитувань і досліджень. Так, українському суспільству часто нав'язуються думки, що до парламенту мають шанс пройти тільки обмежена кількість партій, що фактично виводить з фокусу суспільної уваги партії меншого масштабу, які, тим не менше, мажуть мати прогресивну ідеологію і чітку програму дій.

Метою використання даних маніпулятивних методів є позитивний результат виборів. Законність застосування даних методів регламентується

законодавством. Закони України: «Про вибори президента України», "Про вибори народних депутатів України», «Про вибори депутатів місцевих рад, селищних, міських голів», «Про центральну виборчу комісію», «Про інформацію», «Про телебачення і радіомовлення" і інші. Але часто під час виборчої кампанії використовуються будь-які методи і важелі впливу на ситуацію.

Наразі, розроблено велику кількість заборонених прийомів психологічного впливу на людину - починаючи від так званого «25-го кадру» до популярного на сьогодні нейролінгвістичного програмування. Суспільна небезпека використання методів такого типу, полягає в тому, що в результаті постійного маніпуляційного впливу на свідомість, фактично руйнується сам статус живої людської особистості, що властивий їй у повсякденному суспільному житті. Людина, якою маніпулюють, перетворюється на матеріальну утилітарну річ, маріонетку, волею і діями якої управляють. Особливо актуальною стає ця проблема під час виборчих процесів, коли маніпулювання досягає критичної маси. Маніпулятори та політтехнологи, здійснюючи своє цинічне ремесло, не бачать в людині живу особистість, якій від природи даровано свободу дій і мислення. Людина для них - об'єкт, пасивний споживач політичних гасел, обіцянок і популістських ідей.

Невід'ємною складовою політики і виборчих кампаній зокрема є масові комунікації. Це зумовлено самою природою політики. Колективний характер політичних цілей передбачає їхнє обов'язкове усвідомлення різними членами колективу й координацію діяльності людей та організацій. В сучасному, глобалізованому світі, ефективна координація є фактично неможливою, якщо обмежується виключно безпосередньою, контактною взаємодією, а отже, вимагає використання спеціальних засобів транслявання та обміну інформації (ЗМІ), що забезпечує єдність, цілісність і загальне спрямування дій у спільному векторі. Науковці сходяться на думці, що різні ЗМІ, мають різні можливості ефективного впливу і залежить, щонайменше від способу яким

реципієнт отримав інформацію. Саме аудіовізуальні форми, особливо радіо та телебачення, мають наймасовіший і найсильніший маніпулятивний вплив.

Розвиток та поширення ЗМІ стало причиною великої кількості докорінних змін в соціально-політичних уявленнях людства. Тому не дивно, що мас-медіа є одним з цінніших ресурсів і спроби масового маніпулювання, перш за все, здійснюються за допомогою такого потужного інструменту.

Для виявлення фактів практичного застосування методів маніпуляції у незалежних ЗМІ, метою яких є вплив на електоральну поведінку українців під час передвиборчої кампанії, нами було використано контент-аналіз статей трьох наймасовіших друкованих видань України, що стосувалися висвітлення виборчої кампанії до парламенту у 2012 р.

Для виявлення методів маніпулювання свідомістю читачів, інформаційний привідом обрано передвиборна кампанія 2012 в Україні. Матеріал дослідження представлений у вигляді повідомлень та статей у друкованих ЗМІ (газети «Аргументи і факти – Україна», «Факти і коментарі», «Сьогодні») за період 30 липня 2012 – 26 жовтня 2012. Одиницями аналізу є стаття, де були згадані кандидати або політичні сили («Партія Регіонів», «Батьківщина», «Наша Україна», «Удар», «Свобода», «Україна – вперед!», «КПУ»).

Всі матеріали були розділені за тематикою (перспективи і програмні положення кандидатів, їх діяльність, хід кампанії, особисті якості, інше) та за тональністю повідомлень (нейтральні, позитивні, негативні).

Нами було обрано три найпопулярніші газети (згідно з показником охоплення населення в дослідженні аудиторій друкованих ЗМІ, компанії TNS за четвертій квартал 2011 р. і перший квартал 2012 р.). Аргументы и факты – 11%; Сьогодні – 10,3%; Факты/факты и комментарии – 9,5. Критерії відбору полягали в тому, щоб виявити друковані ЗМІ, які мають найбільше охоплення аудиторії по Україні, тобто такі, де використання маніпулятивних технологій має змогу знайти якнайбільшого (по відношенню до загальної чисельності населення) поширення та потенційних жертв.

Всі три газети є табloidного типу:

«Аргументи і факти - Україна» - щотижнева газета російською мовою виходить по четвергах, поширюється по всій Україні. Заявленій тираж 196000;

«Факти і коментарі» («Факти») - російськомовна всеукраїнська щоденна газета. виходять п'ять разів на тиждень, крім неділі та понеділка. Заявлений тираж газети складає 1522438 примірників;

«Сьогодні» - всеукраїнська щоденна суспільно-політична газета російською мовою. Заявлений сукупний щоденний тираж - 155 тисяч примірників.

За досліджуваний період кількість згадувань кандидатів (політичних сил) у зазначених ЗМІ – 243.

Більшість повідомлень було присвячено силі від влади (ПР) –121 (49,7%)

Інші кандидати в цілому згадувались порівну: «Батьківщина» - 24 (9,8%), «Свобода» - 22 (9,1%), «Удар» - 22 (9,1%), «Україна-вперед!» - 20 (8,2%), «Наша Україна» -18 (7,4%), «КПУ» - 16 (6,6%).

Домінуючою тональністю повідомлень стала нейтральна оцінка кандидатів в депутати – 155 (63,7%). В 60 повідомленнях дана позитивна оцінка – 24,6%, негативна характеристика кандидатів зазначена в 28 випадках (11,5%).

Жодного згадування сили від влади у негативному висвітленні.

Тематикою більшості повідомлень є хід передвиборчої кампанії – 113 згадувань. Великого значення набула тема діяльності кандидатів – 81, особисті якості – 25, перспективи і програмні положення – 6, інше-18.

Важко не помітити, зіставляючи отримані результати дослідження з результатами виборів в депутатів 2012, часткову залежність між кількістю повідомлень в газетах і кількістю голосів, отриманих політичними силами на виборах. Лідируюче місце за кількістю згадок і за кількістю набраних голосів набрала партія регіонів (по Україні). Не дивлячись на те, що більшість повідомлень носили нейтральний характер (71,2%), однак позитивна оцінка (24,7%) превалює по відношенню до такої у інших політичних сил. Тематикою більшості повідомлень стала діяльність, причому не пов'язана безпосередньо з виборами. Така інформаційна стратегія без використання прямих засобів впливу на виборця, дозволяє впливати на електоральну поведінку.

Звичайно не можна впевнено абсолютизувати сферу впливу через ЗМІ, як таку, що мала прямий (безпосередній) вплив на результат виборів. Однак, як показали результати дослідження, домінування в інформаційному просторі, як і раніше, залишається однією з важливих технологій у передвиборній кампанії.

Результати дослідження, також свідчать про те, що переважна більшість виборців голосують за штучно змодельований образ кандидата, чи політичної сили, створений за допомогою ЗМІ. Абсолютній більшості кандидатів не притаманні ті позитивні ділові та людські якості, які їм приписують. В результаті, одразу після закінчення чергових виборів люди розчаровуються у своїх обранцях.

На нашу думку, можна виділити декілька найбільш поширених прикладів, штучно створених політичних образів в Україні:

Образ "рятівника" - це патріотичний, демократичний образ, захисника людських і державних інтересів. Насправді головною прихованою метою є встановлення авторитарної влади та узурпація всієї України. Сучасні політичні технологи вкладають у голови виборців, що образ "рятівника" єдиний і безальтернативний.

Образ "напів-Бога", словам і закликам якого потрібно сліпо довіряти. Наприклад: "Я постійно дбаю про інтереси українського народу". "Інтереси держави і народу понад усе"! "Я врятую державу!"

Образ "Політичні спекулянти". Дуже часто сучасними політиками експлуатуються імена та ідеї політичних лідерів з минулого. Наприклад: Комуністична ідея (основою якої є турбота про простий трудящий народ і боротьба зі світовим капіталом). Але нинішні керівники комуністичної сили піклуються не про інтереси трудящих, а про свої власні і є прислужниками потужних олігархічних кланів.

Образ "Вічні слуги народу" - вже багато років створена когорта псевдо політичної еліти, що вчепилася в депутатські крісла і не збирається поступатися перспективним, новим політикам. Багато хто з них потрапив на сучасну

політичну арену з компартійних інститутів. Тобто користь від їх діяльності дуже сумнівна.

Образ "Політичні провокатори" - окремі діячі, які не перебувають у влади, але активно рвуться до неї. Подібні образи виникають на політичній арені у важкі часи. Їхні гасла і заклики носять виключно негативний характер, на кшталт "Геть Усіх!" Критикувати владу необхідно, але потрібно натомість пропонувати конструктивні пропозиції, а не провокувати людей на хаос і агресію.

Державотворчі процеси в сучасній Україні та розвиток регіонів України висвітили низку проблем, які потребують уважного вивчення та вирішення, але часто саме такі делікатні проблеми використовуються маніпуляторами в своїх цілях. Серед них - проблема поділу України на такі регіони як Захід і Схід. Ще у період парламентської виборчої кампанії 2002 року у політичні риторичні стали часто повторювати тезу про існування двох Україн: європейської Західної та проросійської Східної. Президентська кампанія 2004 року, яка розвивалася за конфронтаційним сценарієм, усилила розкол між сходом і заходом. Конфлікт схід-захід отримав свою політичну історію, повну яскравих подій, своїх героїв, обріс міфами, а опонуючі сили придбали оформленість - отримали своїх лідерів, символи, ідеологію, зміцнилися організаційно [14] Це наочне підтвердження того, що ніякі спроби об'єднання не робляться.

"Креативністю" маніпулятивних технологій відзначився політичний дискурс України в 2003-2004 роках. Наприклад, термін "нашизм" широко використовувався в "антиющенківській" кампанії 2004 року. Віктор Ющенко представляє партію "Наша Україна", а термін "фашизм" асоціюється із трагічними подіями Другої світової війни та автоматично залучає людей, які будь-яким чином мають до цього відношення - до лав неприятелів. Два антонімічного характеру концепти були об'єднані з метою надання програмі опозиційного кандидата негативної конотації. З'явилися фото В. Ющенка у нацистському шоломі. Слогани "Нашизм не виграє" лише підкріплювали цю ідею.

Схожа технологія розігрується в наш час, а саме “звільнення від фашизму“. Мається на увазі свідоме та систематичне створення, провладною партією, собі зручного супротивника в особі ВО «Свобода». Що єзручним в сенсі різкого забування своїх передвиборних обіцянок і відволікання уваги виборців напередодні президентських виборів 2015.

Також варто згадати такі особливо актуальні приводи для маніпулювання в сучасному українському дискурсі:

По-перше, Європейська інтеграція;

По-друге, Митний союз;

По-третє: Газова угода.

Отже, в сучасній Україні, паралельно з декларуванням демократичності засад функціонування країни і пріоритетності принципу свободи людини, створений та активно функціонує небезпечний арсенал технологій, метою яких є маніпуляції свідомістю людини, а телекомунікаційні та інформаційні технології сприяють їх поширенню і ефективності.

На нашу думку, даний аналіз використання маніпуляційних технологій в сучасному пострадянському політико-комунікаційному просторі України та результати проведеного дослідження, дають підстави для прогнозу, щодо виборів Президента України 2015:

1. Продовження використання брутальних технологій психологічної війни та залякування з боку партії влади
2. Обсяг обіцянок у передвиборчих програмах трьох політичних сил (ПР, БЮТ, КПУ) в 2012 р. збільшився приблизно в два рази в порівнянні з програмами 2007 р. Тобто, свідчить про те, що вони стали більш популістськими, отже в подальшому цей процес тільки посилиться
3. Елементарне силове ігнорування волевиявлення українців і тотальна фальсифікація результатів виборів

2.5 Межі використання маніпулятивних технологій та їх наслідки

«Маніпуляція» є одним з найактуальніших феноменів політичної комунікації в пострадянському просторі, вимагає ретельного теоретичного аналізу та є однією з форм соціального зловживання владою, когнітивного контролю розуму та дискурсивних взаємодій. З точки зору соціології, маніпуляцію можна визначити як незаконне домінування, що підтверджує соціальну нерівність. Когнітивно, маніпуляція - контроль свідомості, що містить в собі втручання в процеси розуміння, формування упереджених ментальних моделей і соціальних уявлень, таких як знання і ідеології. Дискурсивно, маніпуляції зазвичай включає в себе звичайні форми і формати ідеологічного дискурсу, таких як, підкреслюючи свої позитивні дії і наголошуючи негативні дії опонентів. На всіх цих рівнях аналізу показано, як маніпуляція відрізняється від законного контролю над розумом, таких як, переконання та надання інформації, наприклад, маніпуляції в інтересах підлеглих груп проти інтересів домінуючої групи.

Маніпуляція передбачає не тільки бажання влади, а й конкретно зловживання владою, тобто панування. Більш конкретно, маніпуляція передбачає здійснення форми незаконного впливу, наприклад за допомогою дискурсу: маніпулятори змушують інших вірити чи робити те, що в інтересах маніпулятора, проти інтересів того, ким маніпулюють. У більш широкому, семіотичному сенсі маніпуляція, як незаконний вплив, що може також використовуватися в формі фотографій, фільмів та ін.

Якщо розглядати даний феномен без негативних асоціацій, то маніпуляція може бути однією з форм законного переконання, але принципова різниця полягає в тому, що в такому випадку співрозмовники можуть вільно думати та діяти, як їм заманеться, залежно від приймання чи відкидання аргументів та переконань опонента, в той час, як при маніпуляції (в негативному сенсі), адресат маніпулятивного впливу знаходиться в пасивній ролі, тобто жертвою маніпуляцій. Це негативний наслідок маніпулятивного

дискурсу, зазвичай має місце, коли одержувачі не здатні зрозуміти справжніх намірів або побачити всі наслідки переконань та дій маніпулятора, що відбуваються, особливо коли одержувачі не мають спеціальних знань, які можуть бути використані, щоб інтентифікувати та протистояти маніпуляції.

Вочевидь межа між незаконною маніпуляцією та законним переконанням не є чіткою, залежить від контексту: маніпулятивні технології можуть впливати на одних, та у той же час не справляти ефекту на інших. Також, саме конкретна ситуація інколи відіграє вирішальну роль, тобто в момент впливу, адресат може бути в різних обставинах, стані психічному стані, тощо. Деякі форми комерційних, політичних чи соціальних переконань можуть бути етично та формально законним, але суспільство може все ж таки вважати, що ним маніпулюють або критичні аналітики (чи опоненти) можуть засуджувати такі дії, як такі, що маніпулюють людьми. Тобто, існує багато форм психологічного впливу, такі як інформування, навчання та переконання, що також має на меті змінити ставлення людей їх знання і думки. Це означає, що маніпуляції необхідно відрізнити від цих інших форм управління розумом, з соціальної точки зору, тобто, в залежності від контексту. Для того, щоб мати можливість провести різницю між законною і незаконною контролю свідомості, необхідно дослідити, як саме такі дії можуть впливати на розумову діяльність громадськості та їх вплив у довгостроковій перспективі.

Отже, на нашу думку, вирішальним критерієм є те, чи застосовується вплив проти свідомої волі реципієнта в інтересах маніпулятора, а також, що маніпуляція є незаконною, оскільки порушує людські або соціальні права тих, ким маніпулюють, що беззаперечно залежить від соціальних, правових та філософських засад справедливого демократичного суспільства та етичних принципів комунікації, взаємодії та спілкування.

Нідерландський дослідник, Ван Дейк, стверджує: «маніпуляція може вплинути на соціальні уявлення в багатьох відносинах, як з їх наповнення, так і на їх структури. Хоча поки ми мало знаємо про внутрішню організацію соціальних уявлень, вони, ймовірно, є особливими схематичними

категоріями для учасників, їх властивостями, тобто типові дії (взаємодії), які вони (як вважають) виконують та як, коли і де це відбувається. Таким чином, відношення до терористичних нападів (на прикладі подій 01.11.2001 р.) можливо є особливо показаним сценарієм, як структура, де терористи висвітлюються, як головні дійові особи, що асоціюються з низкою стереотипних атрибутів (жорстокі, радикальні, фундаменталісти і т.д.), що використовують насильницькі методи, заради вбивства невинних цивільних осіб, і т.д.» [32, 371]. Ван Дейк наголошує, що такі переконання поступово набуваються завдяки узагальненню та абстракціям ментальних моделей, що формується спеціальними новинами, заявами урядів, фільмами, серед інші комунікації. Важливо, що в випадках, коли мають місце маніпулятивні впливи (наприклад військове втручання), дії уряду висвітлюються таким чином, щоб не породжувати психічні моделі, що можуть призвести до узагальнення таких дій, як терористичної атаки. І навпаки, теракти повинні бути висвітлені таким чином, щоб легітимація такого політичного насильства, не могла б бути витлумачена в ментальних моделях і відносинах суспільства. Засоби масової інформації, уникають тлумачення державного насильства з точки зору «тероризму», навіть коли вони виступають з критикою зовнішньої політики країни, як це було характерно для багатьох європейських ЗМІ, щодо нападу США на Ірак в 2003 році [32].

Отже, маніпуляції можуть вплинути на норми і цінності, що використовуються для оцінки подій і людей, а також для осуду чи виправдання дії, тобто на формування або зміну соціальних уявлень (знань, відносин, ідеологій, норм, цінностей). Групи людей, які таким чином набувають соціальні уявлення від домінуючих груп або влади, будуть потребувати і подальшої маніпуляції: тепер вони схильні думати і діяти відповідно з цим зманіпульованим соціальним пізнанням в будь-якому випадку, завдяки прийняттю його, як своє власне, а такий маніпуляційний вплив, може слугувати основою для постійної дискримінації, що є дуже ефективною стратегією для відволікання критичної уваги від політики уряду або інших еліт.

Прийнято вважати, що політики зазвичай беруть до уваги громадську думку (наприклад результати опитувань) при прийнятті суспільно важливих політичних рішень, але деякі дослідники, зокрема, британський вчений Алан Якобс, вважають, що в умовах сучасного політичного процесу таке розуміння є неправильним. Прихильники таких поглядів наголошують, що сучасні дослідження, щодо даного питання, надають беззаперечні докази тенденції до зменшення ролі та впливу громадських уподобань на прийняття політичних рішень. Політики відстежують громадську думку не з метою вироблення такої публічної політики, яка б задовольняла більшість громадян, а скоріше для визначення, яким чином їм створювати та формулювати свої публічні виступи, щоб завоювати суспільну підтримку політики, у лобіюванні якої зацікавлені вони та їх прибічники, тобто технологія маніпулювання громадською думкою шляхом відстеження суспільного мислення, з метою знайти дії і слова, які найбільше резонують з громадськістю. Таким чином, все частіше, політичні гравці прагнуть одночасно і сприяти затвердженню необхідних їм політичних рішень, і разом з тим, утримати владу, що має бути взаємовиключним. Нехтування інтересами виборців не має призводити до переобирання, тими, чий інтерес не були представлені, оскільки мало ймовірно, що таке відношення до виборців зміниться наступного разу. Таке поводження виборної особи (та представника певної політичної сили) йде врозріз з філософськими, політичними та ідеологічними переконаннями її прихильників, чим ризикує відштовхнути їх від підтримки такої політичної сили, а особливо ідеологічно крайніх (радикальних) активістів. Але, на нашу думку, можна стверджувати, що однієї тільки загрози не бути вибраним громадськістю, як представником її інтересів на чергових виборах, не може бути достатньо для поліпшення ситуації, щодо відсутності впливу громадськості на уряд. Адже, як засвідчує політична практика Росії та України, рефлектування державних органів з приводу того, що більшість громадян потребує та вважає за необхідне, залишається майже відсутнім протягом великої кількості років, незважаючи, як на успіхи і на невдачі різних політичних сил на виборах, так і на наявність чи

відсутність державної влади. Наші політики приховують свої справжні цілі і спотворюють цілі своїх опонентів, права та обов'язки нівелюються сумнівною законодавчою базою та корумпованими судами, а завдяки радянській спадщині – відсутність сформованих, стійких політичних цінностей, переконань та довгострокових перспектив, все це ускладнює і робить майже неможливим визначення справжніх політичних позиції та переконань виборних посадових осіб, контролювання їх діяльності, покарання за проведення непопулярної політики чи притягнення до кримінальної відповідальності за відверту, цілеспрямовану антидержавну політику.

Отже, в другому розділі було розглянуто особливості застосування маніпулятивних технологій в контексті інформаційного суспільства. Доведено, що перехід до інформаційного суспільства різко активізував інформаційно-комунікативні процеси, що стимулювало поширення та інтенсивне застосування маніпулятивних прийомів та технологій впливу на людей. ЗМІ стають головним каналом комунікації між громадянами та політичними лідерами та відіграють одну з провідних ролей у маніпуляційних процесах.

Було проаналізовано використання маніпулятивних технологій в сучасному пострадянському політико-комунікаційному просторі Росії, що дало можливість проілюструвати активне використання методів впливу в країні та прослідкувати причини і наслідки цього.

Проаналізовано використання маніпулятивних технологій в сучасному пострадянському політико-комунікаційному просторі України, а також проведено дослідження впливу друкованих ЗМІ на електоральну поведінку. Завдяки чому, було доведено широке розповсюдження «брудних» технологій та розроблено прогноз, щодо виборів Президента України 2015.

Якщо розглядати дану ситуацію через призму основних передумов представницької демократії, тобто той факт, що політики завзято ігнорують громадянські інтереси та переконання, то і народний суверенітет, і демократія в такій країні, перебуває під великою загрозою. Нажаль, тільки виключно передвиборчі кампанії і бажання обійняти омріяні крісла, інколи мотивують

сучасних політиків принаймі прослухати простого виборця та звернути увагу на громадську думку. Ми вважаємо, що занепад відповідальності перед суспільством та піднесення маніпулювання громадською думкою знижує ефективність процесу управління демократичною державою і впевненість громадськості в ньому, а також підвищує політичний цинізм.

Застосування різного роду маніпулятивних впливів, передусім з метою досягнення або збереження політичного домінування, призводить у результаті до серйозних розладів суспільного життя, породжує суспільну апатію та відчуження більшості населення від свідомої участі в політичному житті країни. Як наслідок - дестабілізація внутрішньополітичного життя, стагнація негативних явищ.

Розділ 3. Аналіз механізмів протидії впливу технологій політичного маніпулювання.

3.1 Інструменти і механізми маніпулятивного впливу та можливі способи протидії їм

Останнім часом усе більше дослідників і практиків звертають увагу на необхідність активної розробки проблематики інформаційної й психологічної безпеки масової психології, що забезпечить захист суспільства від маніпулювання політичним керівництвом (лідерам партій і рухів і т.д.).

Основою будь-якого маніпулювання є інформація, тому всі засоби маніпулювання пов'язані саме з маніпулюванням інформацією, що здійснюється за допомогою різноманітних технологій.

Технології політичного маніпулювання – це комплексна система методів та способів впливу на суб'єктів політики з метою прихованого управління ними.

Під антитехнологіями розуміють сукупність методів та прийомів маніпулювання політичною свідомістю з метою швидкого досягнення бажаного результату.

Багато суб'єктів сучасної політичної влади (як окремі особистості, так і певні громадські організації, рухи, партії), які виникли на потребу суспільства, активно використовують методіку інформаційно-психологічного впливу. Політика маніпулювання тісно пов'язана з систематичною дезінформацією населення, суспільства, певних груп людей. Маніпулюючи фактами, приховуючи одні та інтерпретуючи інші, маніпулятор отримує змогу формувати певну установку. Та все таки базовим, класичним напрямом політичного маніпулювання залишається обмежування та «проціджування» інформаційних потоків [23,98].

Існують різні класифікації технологій політичного маніпулювання.

На думку В.Амеліна технологічно маніпулювання масами являє собою «вплив на суспільну думку за допомогою управлінських ефектів для досягнення певних цілей комуніканта». Технологія політичної маніпуляції, на його думку, передбачає наступні моменти:

- впровадження у свідомість під виглядом об'єктивної інформації неявного, але бажаного для певної групи осіб змісту;
- дія на больові точки суспільної свідомості, які збуджують страх, тривогу, ненависть тощо;
- реалізацію деяких замислів і цілей, які приховуються і досягнення яких комунікант пов'язує з підтримкою суспільною думкою своєї позиції [1,246].

В.Бебик серед методів впливу виділяє такі:

- брехня - відверте підтасування фактів і поширення неправдивої інформації;
- замовчування - блокування правдивої інформації щодо діяльності того чи іншого суб'єкта політики, події тощо;
- напівправда - коли з метою забезпечити довіру аудиторії об'єктивно і докладно висвітлюються конкретні, малозначущі факти і одночасно замовчуються більш важливі або ж подається загальна хибна інтерпретація подій;
- навішування ярликів - для компрометації і відторгнення слухачами осіб чи ідей їм без доказів навішується ярлик фашиста, імперіаліста чи «червоного»;
- упровадження іміджів і кліше - укорінення в суспільну свідомість бажаних для правлячої еліти стереотипів щодо тих чи інших суб'єктів політики, окремих подій чи фактів[17,268].

Відомий дослідник К. Фербер виділяє наступні методи маніпуляції:

- Використання вселяння;
- Перенос приватного факту в сферу загального, у систему;
- Використання слухів, домислів, тлумачень у неясній політичній або соціальній ситуації;
- Замовчування одних фактів і випинання інших;

- Метод фрагментації;
- Багаторазові повтори або «метод Геббельса»;
- Створення неправдивих подій, містифікація;
- Вплив на больові точки суспільної свідомості;
- Реалізація своїх замислів, спираючись на підтримку громадської думки

[23,110].

Наприкінці 30-х років у США в Інституті аналізу пропаганди сформовано сім основних прийомів інформаційно-психологічного впливу, в основі яких була маніпулятивна складова:

- «приклеювання або навішування ярликів»;
- «сяюче узагальнення», або «блискуча невизначеність»;
- «перенос», або «трансфер»;
- «посилання на авторитети», «за рекомендацією», «свідчення»;
- «свої хлопці», або «гра в простонародність»;
- «перетасування», або «підтасування карт»;
- «загальний вагон», «спільна платформа» або «фургон з

оркестром»[23,122].

Суть «приклеювання або навішування ярликів» - у виборі образливих епітетів, метафор, назв, так званих ярликів, для характеристики людини, організації, ідеї, певного соціального явища з метою дискредитувати особистість, соціальну групу чи предмет обговорення в очах аудиторії.

«Сяюче узагальнення», або «блискуча невизначеність» - прийом, коли змінюють назву, визначення певного соціального явища, ідеї чи організації, соціальної групи або конкретної людини на більш узагальнене родове ім'я, яке має позитивне емоційне забарвлення та зумовлює доброзичливе ставлення навколишніх. Базується на експлуатації позитивних почуттів та емоцій людей до певних понять і слів, наприклад, «любов», «щастя», «свобода», «демократія», «успіх», «перемога» тощо. Ці слова мають позитивний психоемоційний вплив, і їх використовують для підтасування рішень і поглядів.

Прийом «перенос», або «трансфер» полягає в ненав'язливому та непомітному для більшості поширенні авторитету та престижу того, що вони цінують і поважають, на те, що подає джерело комунікації. Тобто ініціюють асоціації, формують асоціативні зв'язки поданого об'єкта з кимось або чимось, що є цінним і значущим для навколишніх. Цей процес може бути зворотним, коли, спонукаючи до певних асоціацій з негативними поняттями і соціально осудливими явищами, подіями, фактами, людьми, дискредитують конкретних людей, ідеї, соціальні групи чи організації.

Суть «посилання на авторитети» полягає в наведенні висловлювань особистостей, які мають високий авторитет або навпаки - таких, що спричиняють негативну реакцію в категорії людей, на яких спрямовано маніпулятивний вплив. Як правило, вони містять оцінні судження стосовно людей, ідей, подій, програм, організацій тощо.

Метою прийому «свої хлопці», або «гра в протонародність» є спроба встановити довірливі відносини з аудиторією як з близькими за духом людьми; формування асоціацій про народність або належність до народу комунікатора «вихідця з народу».

«Перетасування», або «підтасування карт» - прийом, за допомогою якого тенденційно добирають та подають тільки позитивні або тільки негативні факти й докази, водночас замовчуючи протилежні. Його основна мета - використовуючи односторонній добір та подачу фактів, свідчень, доказів, продемонструвати привабливість або, навпаки, несприйнятливність певного погляду, програми, ідеї тощо.

«Загальний вагон», «спільна платформа» або «фургон з оркестром» як пропагандистський прийом полягає в доборі суджень, висловлювань, фраз, які створюють враження, ніби так роблять усі. Повідомлення, наприклад, може починатися зі слів: «Усі нормальні люди розуміють, що...» або «Жодна розсудлива людина не стане заперечувати...» тощо. «Спільна платформа» викликає в людини почуття впевненості в тому, що більшість членів групи,

зокрема тієї, з якою вона себе ідентифікує, приймає конкретні цінності, ідеї, поділяє запропонований погляд.

Перейдемо безпосередньо до характеристики технологій політичної маніпуляції. Найширшою групою тут є лінгвістичні засоби маніпулювання.

Мова дає велику свободу в певному застосуванні та інтерпретації, свободу, яку можна використати для переконання. Вона може бути засобом придушення, гноблення, коли звернення до неї підпорядковані певним ідеологічним завданням. На початку ХХ ст. Н. Рубакін писав, що «власне мова представляє собою особливо страшну силу, навіть таку силу, з якою, в кінцевому підсумку, не здатний упоратися навіть найсильніший кулак, якщо тільки всі дії мови раціональні та систематичні»[-,11].

Однією з ефективних технологій для завоювання мас є застосування так званих ідентифікаційних формул, тобто мовних зворотів, які ніби запрошують слухачів або читачів ідентифікувати себе з тим, хто говорить (пише), групою, до якої той належить, його партією, наприклад, «як ми всі знаємо», «ми єдині в тому, що наше завдання повинно бути в...» тощо.

Широко застосовують у політичній промові синонімічні ряди. Для визначення одних і тих самих явищ чи об'єктів використовують досить різні визначення залежно від того, чи йдеться про свою діяльність, чи про діяльність противника. Усе, що пов'язано зі своєю партією, називають словами, які містять позитивний компонент значення, а все, пов'язане з іншою політичною партією або угрупованням, словами з негативним забарвленням.

Досить поширеною у вербальній політичній діяльності є боротьба за «правильне» вживання центральних політичних термінів - «свобода», «демократія» і т. д. Кожна політична партія прагне довести, що власне її слововживання є істинним, тоді як політичні противники спотворюють сенс цих слів.

Особливо характерним для мови політики є використання «пустих 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'ясовується, що вони не визначають нічого конкретного, містять досить незначну інформацію. Наприклад, «якість життя» не має жодного змісту, спільного для всіх, хто промовляє, кожен з них вкладає в це поняття власне розуміння, уявлення про те, що б він хотів мати.

З метою маніпулювання використовують також специфічні ознаки текстів. Це, по-перше, лексичні особливості, а саме: навішування «ярликів» і використання евфемізмів. Перше можна проілюструвати прикладом: «особи кавказької національності». Офіційний відтінок смислу словосполучення дає можливість, по перше, дискримінувати всіх осіб, які або походять з району Кавказу, або мають характерну зовнішність, по-друге, відносити до вигаданої «кавказької національності» представників всіх народів Кавказу або навіть інших національностей, які не живуть на Кавказі, але мають подібну зовнішність. Контекст вживання словосполучення «особи кавказької національності» є переважно криміналізовано-публіцистичним: використання «терміну» дає можливість звинуватити все населення Кавказу у тому, що воно поголовно є злочинцями. Таким чином штучно підтримуються міжнаціональні та міжконфесійні конфлікти.

Наступним характерним елементом тексту є евфемістичні вирази: наприклад, замість «партизани» вживають цілий ряд синонімів і не синонімів, в залежності від контексту: «повстанці», «бойовики», «терористи», замість «військова операція» - «акція», «силове втручання», «наступ», «атака», «напад». Є і певні структурні особливості, які характерні для маніпулятивних текстів. По-перше, це використання уже готових мовних «кліше», які спираються на стереотипи мислення читачів або мають бути нав'язані читачам. По-друге, це неперервне повторення одного і того ж твердження, причому так, що це не викликає жодних сумнівів, безапеляційним тоном, уникнення суперечностей там, де вони мають бути і посилення суперечностей там, де все ясно і так.

Щодо інших особливостей маніпуляційних текстів можна сказати таке: вони звичайно ідуть під сенсаційними заголовками - адже «пересічна» людина

не буде сприймати звичайні заголовки. Також у текстах часто змішується інформація про подію і коментарі до неї.

Ще один прийом маніпуляції з текстами - подання оцінки інформації в тексті про певну подію (як елемент події), розраховане на емоційне сприйняття тексту. Як правило, це досягається використанням метафор, фактів (і справжніх, і сфабрикованих) та ін. спеціальних прийомів. Саме ж «проціджування» завжди довготривале і спирається на жорстко розроблені фактори «недопуску» небажаної інформації. До цього можна додати і те, що застосування тих чи інших форм маніпулювання є, по-перше, для влади ритуальною дією, своєрідним інститутом самозбереження, що має певний зв'язок з попередніми методами керування, а по-друге, для того ж громадянина певним академічним актом, більш суттєвим і цікавим для наукової діяльності, ніж для «життя». І в цьому виявляється певна позитивність маніпулятивного процесу: сам по собі він не має суттєвого значення, якщо не стосується повсякденних інтересів звичайного громадянина [19,101].

Таким чином, у людей створюється деформоване в інтересах об'єкта влади знання про ті чи інші явища і, як наслідок, проектується неадекватна поведінка. Враховуючи ж той момент, що безпосереднім об'єктом влади є населення, то виходить, що знання, яке формується у людей, представляє собою абсолютну ілюзію стосовно них самих. До того ж можна стверджувати, що населення робиться нездатним відділити власні, громадянські, інтереси від політичних, суто партійних.

Ще одним поширеним методом маніпуляції є викривлення існуючої інформації. Як приклад можна навести таке явище, як «оруелізм». Це явище було назване на честь американського письменника Дж. Оруела, який його описав у своєму відомому романі-антиутопії «1984». Явище оруелізм - крайній випадок маніпуляції за допомогою засобів пропаганди, поки що у повній мірі реально ніде не проявлявся, але багато рис оруелізму можна було спостерігати у функціонуванні тоталітарних режимів, а деякі риси - у функціонуванні сучасних демократій.

Його основними аспектами, на які варто звернути увагу, є мовний і психологічний. У мовному аспекті оруелізм можна охарактеризувати так: надання словам однозначності замість багатозначності, збіднення словникового запасу маніпульованої аудиторії (через цілеспрямоване вилучення окремих слів з ужитку), викривлення змісту понять аж до зміни на протилежні, але з іншого боку, іде вживання переважно абстрактних понять, які можна витлумачити як завгодно, створення нових слів («думкозлочинець», «двоєдумство»), які несуть відповідне смислове навантаження [2,106].

У політично-психологічному аспекті оруелізм цікавий тим, що це крайній приклад так званої агресивної маніпуляції. Його можна охарактеризувати як практично повне придушення індивідуальності в суспільній (і приватній) сфері життя за допомогою маніпуляції.

ЗМІ також широко використовують лінгвістичні засоби маніпулювання, але крім них користуються також іншими технологіями, про які трохи пізніше.

Іншою групою технологій є маніпуляція стереотипами. Маніпулятор неминуче зіштовхується із проблемою сприйняття свого повідомлення аудиторією, що має якийсь набір стереотипів. Він може впровадити своє повідомлення декількома шляхами:

1. Використовуючи вже існуючі стереотипи шляхом їхнього посилення.
2. Частково скоригувавши існуючі стереотипи шляхом зсуву акцентів у повідомленні. Стереотипи, що заміщають, повинні бути більш емоційно пофарбованими, твердими, що спонукують до активних дій.

Кара-Мурза виділяє дві причини виникнення стереотипів:

1. Схильність людей до спрощеного мислення.
2. Прагнення виразити абстрактні поняття в конкретних образах [19,60].

«З описаних двох джерел виникають стереотипи, які виступають як умовні «ярлики», що наклеюють на людей й явища. Вони глибоко торкаються всього процесу сприйняття. Стереотипи також беруть участь у створенні сталих поглядів, що визначають помилкове відношення до деяких ідей, людей і предметів» [19,124]. Інакше кажучи, стереотипи спотворюють реальність,

створюючи якусь псевдореальність. Технологи одержують можливість штучно конструювати реальність, створюючи й впроваджуючи в масову свідомість стереотипи, вірніше, системи стереотипів. Стереотипи звужують вибір, а найчастіше й зовсім його не залишають.

Таким чином, стереотип це «розповсюджені за допомогою мови або образу стійкі подання про факти дійсності, що приводять до досить спрощених і перебільшених оцінок і суджень»[12,62].

Як правило, у маніпуляції використовуються стереотипи, які вже відклалися у свідомості. Але використовуються готові стереотипи не прямо, а найчастіше із прийомом, що називається підміна стереотипу. Наприклад, в антирадянській пропаганді дуже сильно «давили» на почуття справедливості й зрівняльний ідеал радянських людей. Стереотип ворожості до нетрудових доходів поступово підмінили стереотипом ворожості, а потім і ненависті до номенклатури як нібито експлуатуючих трудящих класу.

На данному етапі розвитку, саме ЗМІ є “опорою” використання технологій політичного маніпулювання. Основним матеріалом, за допомогою якого ЗМІ здійснюють маніпулювання, є інформація, а точніше, управління нею. Інформацію можна:

- сфабрикувати, видаючи її за справжню;
- спотворити шляхом неповної, однобічної подачі;
- відредагувати, додавши власні домисли і коментарі;
- інтерпретувати у вигідному для маніпулятора світлі;
- приховувати, приховавши які-небудь істотні деталі.

Крім того, ЗМІ можуть:

- проявляти виборчу увагу до фактів відповідно до своєї позиції;
- супроводжувати матеріал заголовком, не відповідним вмісту;
- приписати кому-небудь заяви, яких він ніколи не робив;
- опублікувати правдиву інформацію, коли вона втратила свою актуальність;

- надати неточну цитату, привівши частину фрази або виступу, яка у відриві від контексту набуває інший, часом протилежний, сенс.

Як видно, маніпулятивний арсенал ЗМІ досить широкий: навмисне спотворення реального стану речей шляхом замовчання одних фактів і наголошення на інших, публікація помилкових повідомлень, пробудження в аудиторії негативних емоцій за допомогою візуальних засобів або вербальних образів і тощо. Всі ці прийоми розрізняються по силі дії та змісту, але їх об'єднує одне: всі вони спрямовані на створення певного емоційного настрою і психологічних установок в аудиторії.

У роботі Дж. Брауна "Техніки дії: від пропаганди до промивання мізків" наголошується, що фундаментальним механізмом маніпулювання є суггестія, тобто спроба переконати інших в конкретних думках без надання на те самоочевидних логічних підстав, і при цьому неважливо, існують насправді такі підстави чи ні [17]. Автор виділяє також декілька специфічних прийомів суггестії:

- Використання стереотипів. Під стереотипом розуміється сприйняття людьми якого-небудь соціального об'єкту в спрощеному, схематичному вигляді. Представляється природним відносити людей до певних "соціальних типів". З часом ця картинка стає в свідомості людини фіксованою і не піддається перевірці досвідом. Тому коли політики апелюють до таких понять, як "негр", "єврей", "комуніст", "капіталіст" "новий росіянин", вони мають на увазі не конкретну людину, а той образ, який склався у зв'язку з цим поняттям в свідомості мас і на який у людей вже виробилася певна реакція.

- Заміна імен, або наклеювання ярликів. Одним з найбільш дієвих знарядь політичної мови є маніпулятивні терміни, або "ярлики", які "навішуються" політичним опонентам. Вони створюються і вводяться у вживання з певною метою. Небезпека їх в тому, що, входячи в широкий ужиток завдяки, перш за все, ЗМІ, вони приживаються надовго, стають звичними, повсякденними словами, деколи заміщаючи, витісняючи інші - суміжні, але менш агресивні поняття. Приклад: "Імперія зла". Цей термін ввів в широкий ужиток Р. Рейган в

розпал "холодної війни". Залякуючи американців образом СРСР як країни населеної ведмедами і "кровожерливими комуністами", Р. Рейган вельми досяг успіху в цьому. І хоча СРСР вже давно припинив своє існування, термін продовжує жити. І наразі вже вітчизняні антикомуністи час від часу вживають його. Маніпулятивні терміни, або "ярлики", є одним з видів психологічного програмування масової свідомості. Вони є одним із способів насадження масових стереотипів, протистояти якому дуже складно. Прийом простий, але дуже ефективний, і в цьому його небезпека.

- Повтор інформації. Вважається, що через 30 хвилин аудиторія пам'ятає лише 60 відсотків змісту повідомлення. У кінці дня - лише 40, а за тиждень ледве 10 відсотків. В результаті будь-яка проблема зникає сама собою, якщо ЗМІ не будуть її продовжувати, розвивати або нагадувати про неї. І навпаки якщо абсурдне повідомлення повторювати з достатньою частотою, то врешті-решт воно таки закріпиться у масовій свідомості. Варіантом техніки "повтору" є вживання гасел і ключових слів типу "Рівні права для всіх", "Народ і партія єдині" і тощо. Такі фрази, часто безглузді, грають велику роль в політиці і рекламі. Особливо часто ЗМІ використовують повтори в новинних повідомленнях, де в кожному подальшому випуску найбільш значима інформація - будь то репортаж (телебачення) або текстове повідомлення (радіо) - повторюється без яких-небудь коректувань або змін.

- Ствердження. Цей прийом полягає у тому, що ЗМІ часто надають перевагу бездоказовим твердженням замість дискусії аргументів, обмежуючи тим самим плюралізм думок і презентуючи тільки одну, вигідну для них.

- Постановка риторичних запитань. Виступаючи у якості своєрідного «офіційного транслятора чуток», ЗМІ може поставити аудиторії просте запитання, водночас наділяючи його відповідним контекстом і орієнтуючи глядача та читача несвідомо розвивати вкинуту ідею у потрібному для маніпулятора напрямку.

- Напівправа. Спосіб, який застосовується ЗМІ для забезпечення довіри аудиторії. Полягає, зокрема, у об'єктивному і детальному висвітленні

незначних деталей і, натомість, замовчуванні важливих фактів, або загальній фальшивій інтерпретації подій. Використання достовірних фактів у різному обсязі знімає у глядачів упередженість до джерела інформації;

- Створення "післяобразу". Все ширше і більш кваліфікаційно ЗМІ використовують техніку створення так званого "післяобразу". Якщо представити великий білий аркуш, на якому написано "Лише Іванов", то відразу ж виникає питання: "Що - "лише Іванов"? Чому?" Спонтелічений мозок не може знайти відповіді на ці питання, але "післяобраз" Іванова надовго затримується в голові і починає впливати на поведінку індивіда. Людина починає "домислювати", вибудовувавши ланцюжок можливих подій або дій, пов'язаних, як він вважає, з цим Івановим. У телевізійних роликах цей ефект створюється за допомогою підривання плівки або пролонгованої паузи, яка може тривати або декілька секунд, або (що буває частішим) декілька тижнів, і в результаті остаточний змученому припущеннями індивідові "відкривається істина".

Категоризація - природне прагнення людини до максимального спрощення інформації, що поступає ззовні і зведення її до категорій, що вже існують в свідомості. Використовуючи цю особливість людської свідомості, ЗМІ надають сильну дію на громадську думку шляхом максимального спрощення передаваної інформації і зведення її до категорій "погано" або "добре". Тут частіше всього використовуються дві технології:

- Технологія "створення негативних асоціацій", завданням якої є активізувати в пам'яті людини який-небудь негативний образ і перенести його на конкретного політика.

- Технологія "створення контраасоціацій" з метою асоціювати політика з позитивним образом, що склався в свідомості.

Переконування як метод дії на свідомість особи, орієнтований на критичне судження, переважання доказів, фактів і аргументованості думок. Для переконання ЗМІ використовують наступні технології:

- Анонімний авторитет. Одним з найефективніших методів впливу є звернення до авторитету. Це може бути вагома політична фігура, науковець, релігійний діяч. При цьому його ім'я не називається. У переважній більшості випадків інформація, освячена анонімним авторитетом, є неправдивою. Але ці посилення надають їй солідності і правдоподібності.

- Апеляція до конкретних фактів і документації. Дана технологія базується на особливості психології людини, що полягає в тому, що простий обиватель схильний більше вірити конкретним цифрам і папірцям з печаткою, ніж "голим" словам.

Нейролінгвістичне програмування (НЛП). Сьогодні найбільшою популярністю в середовищі психологів і виборчих технологів користується техніка НЛП. Подібно багатьом іншим технологіям дії на масову свідомість, НЛП може використовуватися як для виявлення маніпуляцій, так і безпосередньо для маніпулювання. Один з лідерів цього напрямку, Р. Бендлер, вважає, що "більшість людей не користуються власними мізками активно і продумано". Розвиваючи цю думку, можна стверджувати, що якщо людина не користується своїми мізками, то завжди знайдеться хтось, хто зробить це за нього. Іншими словами, "розумова безгосподарність" багатьох людей відкриває для маніпуляторів щонайширші можливості. І ЗМІ прекрасно цими можливостями користуються.

У НЛП розрізняють 3 види репрезентативних систем: візуальну, аудіальну і кінестетичну. Одна з цих систем у людей, як правило, буває переважаючою: одні краще бачать картину уявної мети, інші - чують, а треті - відчують. НЛП вчить стежити за "інконгруентністю" споживача інформації. Інконгруентність означає початок моменту, коли інформація, що поступає одночасно по декільком каналам, починає не збігатися. Якщо ж ви хочете реципієнта в чомусь переконати, то рекомендується копіювати поведінку співбесідника, розмовляти з ним його "мовою". Наприклад, якщо комунікатор належить до кінестетического типу, а реципієнт - до аудіального, то в цілях максимальний ефективного доведення інформації до реципієнта

комунікатору необхідно свідомо перебудуватися на аудіальний лад або ж знайти реципієнта з розвиненою системою кінестетического сприйняття. ЗМІ зазвичай дотримуються останньої позиції, прагнучи працювати з конкретним типом аудиторії, орієнтованим на "вживання" інформації саме в такій, а не іншій формі. (наприклад, телебачення орієнтуватиметься на любителів "подивитися", радіо - на любителів "послухати", преса - на любителів "почитати" і так далі).

Небезпека НЛП полягає в тому, що ця технологія дозволяє ЗМІ маніпулювати не лише свідомістю, але і підсвідомістю людини. Хоча в очах непрофесіонала багато відомих прийомів НЛП виглядають безпечно. Кілька прикладів таких технологій:

- «Спіраль замовчування», або маніпулювання опитуваннями громадської думки. Один із широко розповсюджених прийомів маніпуляції. Полягає у тому, щоб за допомогою посилення на сфабриковані опитування громадської думки переконати громадян у підтримці більшістю суспільства політичної позиції, близької маніпуляторам. Метод базується на закономірностях масової психології. Опитування, складені і презентовані таким чином, змушують людей з іншими поглядами приховувати їх, щоб не опинитися у соціально-психологічній ізоляції.

- "Придушити в дружніх обіймах". ЗМІ, зацікавлені в компрометації політика, починають посилено наділяти його якостями, яких він насправді позбавлений (таланти державного діяча, харизма, красномовство, відчуття гумору і так далі). Цим вирішуються 2 завдання - "жертва" починає "підноситись на небеса" і поводитися неадекватно, а потенційні опоненти мобілізуються на боротьбу

- «Буденна розповідь». Прийом, який сприяє індивідуальності населення до трагічних подій, проявів насильства, гострих політичних та соціальних конфліктів. Розповідь про ці трагічні події ведеться у нарочито діловому, спокійному тоні.

- Ефект присутності. Включає в себе ряд трюків, які мають імітувати реальність. Використовується у кримінальній хроніці, фронтових репортажах. Смикання камери, збивання її з фокуса, постріли, крики далеко не завжди означають, що перед глядачами дійсно репортаж ,скажімо, з «гарячої точки». Зате ілюзія достовірності справляє потужний емоційний вплив. Разом з тим, навіть цілком реальні, документальні зйомки, але змонтовані відповідним чином, або включені у відповідний контекст - можуть служити лише фактором, що посилює довіру до впливу, який на меті має маніпуляцію.

- Ефект первинності. у 1925 році американський дослідник М. Лундт сформулював «закон випередження», згідно якому будь-яке перше повідомлення про подію справляє значно сильніший вплив на аудиторію, ніж наступні. Тут спрацьовує один із елементів сприйняття: у разі надходження суперечливої інформації, яка не піддається перевірці, ми схильні надавати перевагу тій, яка надійшла першою. Пізніше змінити думку, яка вже сформувалась, дуже важко. Саме тому кожне видання прагне першим донести до аудиторії свою версію подій. Оперативність в подачі повідомлень завжди вважалась і вважається перевагою ЗМІ. Але, у той же час, оперативність може бути чисто маніпулятивним прийомом, який не дає можливості (навіть чисто фізичної) глядачеві осмислити отриману інформацію, оскільки вона одразу витісняється новою, зовсім не пов'язаною з попередньою.

- Відволікання уваги. Один з найважливіших методів для подолання психологічного опору суспільства. Ще у 60-і роки було доведено, що повідомлення проти якоїсь думки або установки стають значно ефективнішими, якщо у момент їх передачі відволікти увагу від власне змісту цього повідомлення. Важче сприйняти і осмислити ці повідомлення, і виробити контрдокази. Ці дослідження значно підвищили рівень маніпуляції в пресі та на телебаченні. Газети почали застосовувати «калейдоскопічну» подачу матеріалу, «розбавлення» важливих повідомлень чутками, сенсаціями, рекламою, плітками. Телебачення стало по новому компоувати відеоряд, підбираючи образи, які відволікають увагу.

- Принцип контрасту. Широко використовується у випадках, коли тактика прямих звинувачень видається надто відвертою і ризикованою. Тоді наприклад, детально описуються будь-яка інформація про політичних опонентів, що має негативне забарвлення. А поряд з нею надається позитивна інформація про «своїх» політиків.

- Психологічний шок. Війни, катастрофи, природні катаклізми, техногенні аварії - одним словом, смерть в усіх можливих проявах переповнює телеефір. Природний психологічний шок, який відчувають, стикаючись з такими новинами нормальні люди, руйнує всі рівні психологічного захисту і дозволяє безперешкодно впроваджувати в свідомість інспіровані схеми.

- Читання думок. Послідовна техніка, що виражає приховані політичні думки. Роблячи вигляд, що, повідомляючи про дії або про точку зору різних людей, він знає їх почуття, емоції, приховані думки, несвідомі мотивації, журналіст робить широкі політичні узагальнення та висновки.

Ще деякі технології манулювання:

- «Очевидці» події. Підбір людей для опитування на будь-яку тему випадковий. Потім із фрагментів монтується необхідний смисловий ряд.

- «Опускання» (або виключення) інформації. Така техніка дозволяє не допустити в ефір думки, які журналістові не подобаються. Існує кілька видів такого «опускання»:

- Останнє слово. Техніка заключних висновків є досить поширеною. Після повідомлення про конфліктуючі точки зору з полемічного питання журналіст закінчує повідомлення цитатою або перефразуванням однієї із сторін дискусії.

- Надузагальнення. Безпідставне узагальнення про точку зору суспільних груп, великих кількостей людей, яке не підтверджене ніякими опитуваннями чи дослідженнями.

- Недоведена теорія. Журналіст повідомляє неперевірену теорію або суперечливу гіпотезу у сфері суспільних наук так, наче це є доведеним науковим фактом, аби підтримати одну із сторін у полеміці.

Наслідки активного використання маніпулятивних технологій на психіку людини, в кожній конкретній ситуації, можуть відрізнятись, але загальна тенденція для більшості населення очевидно, негативна. Змінюються пріоритети, цінності та стереотипи поведінки мільйонів людей, знижується інтелектуальний рівень населення, розвивається пасивність або агресивність. Застосування виборчих технологій, що містять маніпулятивний аспект з метою впливу на електорат, призводить до глибокого розчарування населення та зневіри у можливість проведення чесних демократичних виборів.

С.Г. Кара-Мурза наголошує, що ніколи не потрібно приймати потік повідомлень за чисту правду, а необхідно вставати на позицію інтерпретатора. Критична оцінка інформації на предмет того, навіщо нам це повідомляють та що за цим стоїть – ключ до адекватного сприйняття інформації [7].

Можна виділити наступні методи протидії маніпулятивному впливу, що допоможуть знизити нашу вразливість:

1. Скорочення контакту. Рекомендується якомога менше часу перебувати в зоні контакту з маніпулятором. Важлива інформація так чи інакше до вас дійде. Слід уникати перегляду політичних ток-шоу, реаліті-шоу, які пропонують нам маніпулятори;

2. Ухилення від захвату. Важливий етап у маніпуляції - захват аудиторії, її «приєднання». У процесі маніпуляції дуже важливим є темп. Тому таке велике значення надається сенсаційності і терміновості. Поки «приєднання» не сталося, йому можна чинити опір. Є ефективним такий прийом, як переривання контакту, «тимчасовий вихід». Якщо раптом телебачення чи політики тиснуть на психіку, корисно на час «вийти» з цього оточення, заспокоїтись, подумати - а згодом, якщо необхідно «повернутися»;

3. Відсіювання шуму. Маніпуляція успішна в умовах «демократії шуму», коли людину бомбардують потоком незначних, неважливих повідомлень, завдяки чому, вона не може зосередитися на тій проблемі, з приводу якої необхідносформувати точку зору. Тому вона приймає запропоноване ЗМІ готове трактування ситуації. «Отримавши повідомлення, в якому може бути

приховано ідеологічний вплив, необхідновідфільтрувати шуми, що є перешкодами при обмірковуванні саме цього повідомлення. Краще на час взагалі вирватися з потоку повідомлень, щоб обміркувати одне з них»[37, висновок].

4. Непередбачуваність. Легше за все маніпулювати свідомістю людини, мислення якої відповідає чіткому та послідовному алгоритму. В іншому випадку підібрати до неї «ключ доступу», дуже важко. Ефективним способом уникання впливу з боку маніпулятора є створення штучної непередбачуваності реакції (джерел інформації, способу її переробки, логіки умовиводів, темпу взаємодії, типу висловлювань і т.д.). Це непросто, але деякі прийоми реально виробити. Наприклад, можна свідомо затримувати або взагалі блокувати автоматичні реакції - не дозволяти грати на стереотипах;

5. Відключення емоцій. Більшість стереотипів, які використовують маніпулятори, яскраво емоційно наповнені. Виявивши тиск на будь-яке почуття, слід на певній час свідомо притупити це почуття. Сприйняти повідомлення неупереджено, а потім холоднокривно обміркувати їх;

6. Діалогічність мислення. Маніпулятори намагаються перетворити людей на споживачів ідей. Нас позбавляють відкритого діалогу, оскільки він руйнує маніпуляцію. Необхідно вести уявний діалог, не сприймаючи жодного твердження без запитань;

7. Створення альтернатив. Маніпулятор, попереджаючи діалог, подає вигідне йому рішення, як таке, що не має альтернатив. В іншому випадку у людей виникнуть питання і сумніви. Уявивши для себе цілком реальні альтернативи, можна запобігти маніпуляційному впливу. Якщо не має можливості перелічити їх вголос, необхідно представити їх в умі – тоді є можливість захистити себе;

8. Здоровий глузд. Коли ми чуємо пристрасні промови, то краще пропускати гарно сформульовані вислови і сприймати виключно головні аргументи. Згодом поміркувати, чи є він вірний і чи відповідає здоровому

глузду для вирішення проблеми, що пропонує оратор. Тобто перше питання, яким необхідно задаватись - «А як би зробив я?»;

9. Активація пам'яті, проекція в майбутнє. Пам'ять і передбачення - основа психологічного захисту проти маніпуляції, ці властивості і є одними з головних об'єктів впливу маніпуляторів. «Вони застосовують цілий ряд технологій, щоб витравити з нас почуття історичного часу, вони переміщують нас у «вічне сьогодні», вони нав'язують нам особливий, замкнутий час дійства. Щоразу необхідно поновлювати пам'ять про ту проблему, що ставиться перед нами маніпулятором. Якщо немає можливості прочитати, навести довідки, запитати експертів, то краще не вірити запропонованому міфу, а спробувати пов'язати ті факти, які відомі»[37, висновок];

10. Зміна мови. Один з головних принципів захисту від маніпуляції - відмова від мови, якою викладає проблему потенційний маніпулятор. Не можна приймати його мову, категоріальний апарат і поняття. Необхідно переказати те ж саме, але іншими словами, уникаючи ідеологічних категорій. Переказати в абсолютних поняттях, які можна перекласти в реальні образи - хліб, тепло, народження і смерть.

Отже, як бачимо, існує велика кількість технологій політичного маніпулювання. Важко дати єдину, чітку класифікацію, але виходячи з даного питання, можна виділити такі групи технологій: лінгвістичні, маніпулювання зоровими образами та стереотипами, почуттями та потребами людини. Окремо можна виділити технології, які використовують засоби масової інформації. До них відносяться: фабрикація і замовчування фактів, посилення на авторитети, сенсаційність, повторення, використання стереотипів і особливостей сприйняття, використання контрасту, особливостей мовної динаміки, монтаж, вилучення цитат з контексту. Кожна з цих груп має свою специфіку та особливості застосування, а об'єднуючим ядром є те, що всі ці технології активно використовуються маніпуляторами для досягнення своїх цілей, перетворення населення в пасивну, в масу що піддається впливу та створення

квазіреальності з метою відвернення уваги аудиторії від реальних проблем і життя.

Людина завжди може отримати знання про сучасні маніпулятивні прийоми. Але цього недостатньо, щоб протистояти маніпулюванню. Можна виділити головні принципи, які допоможуть не піддатися впливу маніпуляторів: не сприймати без критичного обмірковування жодну інформацію та оцінки, отримані з ЗМІ. Потрібно ставити собі запитання: «З якою метою нам це повідомляють?», «Як би я вчинив у цій ситуації?». Необхідно мислити критично; отримуючи таку інформацію, що викликає недовіру, потрібно вийти з контакту з маніпулятором і обміркувати її на холодну голову; необхідно перестати мислити стереотипами і діяти, керуючись лише емоціями. Потрібно включити здоровий глузд.

Найважливіше для виявлення і нейтралізації маніпуляцій - це розуміння, що і опозиція, і «незалежні ЗМІ», часто активно співпрацюють в інтересах влади. В ток-шоу говорять на задалегідь продумані теми (а не актуальні), «незалежні» журналісти пишуть про золоті унітази і кришталеві люстри, опозиція розмірковує про мову і євроінтеграцію. Тобто, вони щосили виступають в якості димової завіси влади, намагаючись переконати громадян, що мітингами з прапорами можливо щось змінити.

У всьому цьому щільному потоці дезінформації та маніпуляцій дуже складно сформуванати і тримати об'єктивну картину того, що відбувається. Це можливо тільки в тому випадку, якщо використовувати логіку, критичне мислення і відсікати маніпуляції.

3.2 Необхідні умови функціонування та фактори, що впливають на зниження ефективності маніпулятивного впливу

У рамках даного підходу доцільно виділити три основних групи факторів, що визначають схильність людини до впливу психологічних маніпуляційних технік і відповідно ступінь їхньої дієвості й небезпеки для особистості:

1. Сукупність «технологічних» факторів, тобто безпосередньо пов'язаних зі змістом і структурою маніпулятивних технологій, використовуваних для надання відповідного впливу на людину.
2. Зовнішні (техніко-фізичні, фактори середовища й т.п.) фактори інформаційно-комунікативних ситуацій, що підвищують або знижують дієвість маніпулятивного впливу. Наприклад, технічний стан інформаційних каналів, якість звуку, зображення, комфортність обстановки, відсутність або наявність відволікаючих впливів й умов (знижуючих увагу, що погіршують сприйняття) і т.д.
3. Внутрішні, психологічні фактори, що визначають схильність людини маніпулятивному впливу. Причому їх доцільно розділити, хоча й до деякої міри умовно, на дві відносно самостійні підгрупи.

По-перше, так звані ситуативні або ситуаційні фактори, пов'язані безпосередньо з конкретною інформаційно-комунікативною ситуацією, наприклад, психічні стани, викликані знаходженням у юрбі, на мітингу, різними стресогенними факторами, участю в груповій дискусії, переговорах, у тому числі в екстремальних умовах і т.д.

По-друге, поза ситуативні - стійкі психологічні характеристики, індивідуально-особистісні особливості людини, що впливають на її схильність психологічним маніпуляціям, наприклад, сугестивність, критичність, підозрілість, негативізм, недовірливість і т.д. Перевірка інформації, яку ми отримуємо, уточнення відомостей через інші джерела, створення подібних ситуацій, аналіз послідовності дій дають змогу виявити маніпулятивні прийоми та технології. Аналіз можливостей їхнього застосування, ефективності впливу

дасть змогу протистояти їм. З іншого боку, якщо контр маніпуляція виявиться сильнішою, ніж сама маніпуляція, це може спровокувати ще більший конфлікт. Зміст контр маніпуляції – зробити вигляд, що не розумієш, що тобою намагаються маніпулювати, почати зустрічну гру й завершити її раптовим питанням, що показує маніпулятору твою психологічну перевагу.

Для людини при організації захисних процедур з нейтралізації маніпулятивного впливу виникають ряд специфічних завдань. Їх можна сформулювати в такий спосіб:

- своєчасне виявлення факту маніпулятивного впливу і його спрямованості;
- прогноз імовірної мети й наслідків впливу (зміна поведження, поглядів, оцінок, можливий збиток адресатові, мішені й т.п.);
- формування адекватної відповідної реакції, власного поведження в ситуації маніпулятивного впливу [17,116].

Ключове завдання – виявлення факту маніпулятивного впливу і його потужності, тому що саме від цього залежать негативні наслідки для адресата й у цьому полягає основна небезпека для особистості.

Потужність й ефективність маніпулятивного впливу залежить від наявності певних переваг у маніпулятора над адресатом. Ми вже відзначали у попередньому питанні схований для адресата характер маніпулятивного впливу, що відразу створює переваги маніпулятору. Крім цього існують й інші переваги, які дозволяють маніпулятору використати специфічні прийоми впливу й підсилювати його ефект.

Іноді, почувавши, що нами маніпулюють, можна й піддатися маніпулятору, якщо збиток від маніпуляції менше, ніж від погіршення відносин з маніпулятором, або коли іншими діями можна компенсувати свій програш від маніпуляції.

Ведучи мову про захист від маніпуляції, С. Кара-Мурза в книзі «Маніпуляція свідомістю» вводить поняття «індикаторів маніпуляцій» [7, 275].

Свідомо чи інтуїтивно, кожен з нас може опиратися на ряд певних ознак. Такими «індикаторами», зокрема, є:

1. Мова. Як тільки ведучий чи диктор починає вживати незрозумілі для більшості глядачів терміни (на зразок «ваучер», «дефляція», «дефолт») - це свідчить про реалізацію маніпулятивної схеми. Оскільки якби ті, хто транслює повідомлення, були би зацікавлені у тому, щоб повідомлення було раціонально осмислене глядачами, те зробив би його максимально зрозумілим і побудував би у формі уявного діалогу.
2. Емоції. Спроби «тиснути на емоції» в інформаційних та суспільно-політичних програмах практично в усіх випадках покликані замаскувати реальний стан мов, або чийсь реальні інтереси.
3. Сенсаційність і терміновість. Це – технологія загальної дії, що забезпечує шум і необхідний рівень нервозності, що підриває психологічний захист. Однак іноді створення штучного тла сенсаційності служить якій-небудь конкретній меті, найчастіше для відволікання уваги. Звичайно сенсація не варта ламаного гроша. Кожен повинен виробити почуття міри - порівнювати важливість повідомлення з нашими реальними проблемами.
4. Дроблення. Якщо політик чи підконтрольний йому ЗМІ дійсно бажає пояснити громадянам якусь проблему й одержати їхню свідому підтримку в якомсь питанні, то він завжди викладе цю проблему в цілісному виді, хоча б і коротко. Проблему можна уподібнити організму – у неї є передісторія, вона виникає і розвивається, знаходить зв'язані чи породжені нею проблеми. Політик, що маніпулює нашою свідомістю, представляє нам замість цілісної проблеми її маленький шматочок, та дробить його на частини – так, щоб людина не змогла осмислити ціле і зробити вибір. Одним з принципів є принцип компетентності - не вірити беззастережно нічому з того, у чому особисто не можемо переконатися (насамперед це стосується аналізу).
5. Повторення. Один з головних засобів недобросовісної пропаганди. Якщо раптом на телебаченні починають безкінечно обговорювати одну й ту ж

тему, використовуючи при цьому одні й ті ж комбінації слів - є всі підстави запідозрити маніпулятивний характер цих повідомлень.

6. Вилучення з контексту. Вилучаючи ту чи іншу проблему з реального контексту, маніпулятор «заганяє» думку глядача в потрібне йому русло. Ігнорування альтернативних думок, всіх факторів тієї чи іншої суспільної проблеми чи ситуації свідчить про те, що позначка повідомлення - створити у свідомості глядачів інспірований, умисно створений висновок чи оцінку.
7. Тоталітарний характер джерела повідомлень – відсутність альтернативних джерел інформації, опозиційних ЗМІ (у першу чергу телеканалів), свідома інформаційна блокада альтернативних думок – одна з найсуттєвіших ознак маніпуляції масовою свідомістю в масових масштабах.
8. Змішування інформації та оцінки – грубий маніпулятивний прийом, проти якого прийняті спеціальні закони в європейському законодавстві. Сприймаючи факти, людині складно захиститися від нав'язаних ведучим чи диктором оцінок цих фактів. Цей прийом застосовується на вітчизняних телеканалах дуже широко.
9. Прикриття авторитетом. Спроби підтримати будь-яку політичне чи ідеологічне твердження авторитетом конкретної особистості, особливо в тому випадку, якщо вона не має жодного стосунку до тієї сфери, яка пов'язана з цим твердженням. Пересічному телеглядачеві, набір таких «індикаторів» може допомогти зберегти здатність до самостійного мислення під маніпулятивним «пресом» мас-медіа.
10. Активізація стереотипів. Дуже часто звертаються до наших стереотипів, будять почуття якоїсь спільності, підкреслюючи нашу відмінність від «них» - інших («Ми з вами - однодумці!»). Прагнення відправника повідомлень «стереотипізувати наше поводження», тобто домогтися, щоб ми сприймали інформацію і відповідали на неї відповідно до норм поводження визначеної спільноти - вірна ознака маніпуляції.

«Завжди, почувши в звертанні явну чи сховану апеляцію до якихось укорінених у нас почуттів чи установок, корисно швидко пробігти в думці іпостасі свого «Я» і прикинути, на яку з них тисне ідеолог, що звертається до мене. Тоді легше буде зрозуміти, на яку автоматичну реакцію він розраховує і до чого непомітно хилить. Як тільки ми намагаємося це усвідомити, зникає автоматизм і починається процес міркування. Поштовх до нього - виявлення ознаки маніпуляції» [24,89].

11. Прикриття авторитетом. Коли як доказ у підтримку якогось чисто ідеологічного чи політичного твердження залучається авторитет і повага, завойований в зовсім іншій, не зв'язаній з цим твердженням сфері (або завойований безпідставно), то це - типова маніпуляція.

Кожен політик і кожен заангажований медіа-ресурс намагається подавати інформацію так, як вигідно йому, і так, як дозволяє йому цей «електорат». Оскільки у нас в Україні немає ніяких громадських сил, які б фахово формували попит на правдиву інформацію, то політики та залежні журналісти сміливо можуть часом недоговорити, а часом і перебрехати. Потрібно виробити звичку сумніватися в кожному повідомленні, в кожному випуску новин, в кожній солодкій рекламі. Тобто – це вчитися «прикидати», кому це вигідно.

Перша і, мабуть, головна умова успішної маніпуляції полягає в тому, що в переважній більшості випадків переважна більшість нас не бажає витратити ні душевних, ні розумових сил, щоб просто засумніватися в повідомленнях. Великою мірою це стається тому, що пасивно зануритися в інформаційний потік набагато легше, ніж критично переробляти кожен сигнал. На це не вистачить жодних сил, якщо не виробляти в собі певний набір автоматичних контролюючих «розумових інструментів», які самі по собі, без особливих зусиль волі, аналізують інформацію за одною ознакою: чи є в ній симптоми (ознаки) маніпуляції його поведінкою. Людина, підкована в тому, щоб шукати різні значення слів та дії, зразу помічає повідомлення, в яких є присутність важливого прихованого значення.

В розпізнанні спроб маніпулятивного впливу необхідно звертати увагу не тільки на зміст, але й на форму повідомлення. Дуже важливою є прихована інформація, що міститься в образах. Сказати слово чи зробити дію, які б так заторкнули струни нашої душі, щоб ми раптом побачили дійсність в спотвореному всупереч нашим інтересам вигляді - це велике мистецтво.

Людина не народжується маніпулятором. Вона розвиває здатність маніпулювати іншими людьми для того, щоб уникати неприємностей і домагатися бажаного, причому розвиває цю здатність несвідомо. Завдяки їй існування людини стає більше комфортним, але завдяки їй же він втрачає здатність переживати цінність і повноту свого існування.

Приховування щирих емоцій – така сутність маніпулятора. Його ціль – остаточно звільнитися від яких би те не було почуттів стосовно оточуючих людей і почати використати їх як неживі предмети, як речі. Основне своє завдання маніпулятор бачить у тім, щоб робити якесь «належне враження». Не маючи своєї особи, маніпулятор обзаводиться маскою, що, як він думає, сподобається аудиторії й зробить бажаний ефект.

Можна виділити чотири основних маніпулятивних системи:

1. Активний маніпулятор намагається управляти іншими за допомогою активних методів. Він уникає демонструвати свою слабкість у відносинах, приймаючи роль повного сил. Звичайно залучає до цього своє суспільне становище (батько, старший брат, учитель, начальник). Він досягає задоволення, знаходячи контроль над іншими людьми, але залежний у своєму задоволенні від їхнього безсилля.

2. Пасивний маніпулятор виявляє собою протилежність активному. Він вирішує, що, оскільки він не може контролювати життя, то відмовиться від зусиль і дозволить розпоряджатися собою активному маніпулятору. У той час як активний маніпулятор виграє за допомогою поразки, пасивний дозволяє активному маніпулятору думати й працювати на нього, він у певному змісті перемагає своєю млявістю й пасивністю.

3. Маніпулятор, що змагається, розглядає життя як стан, що вимагає постійної пильності, оскільки тут можна або виграти, або програти: третього не дано. Для нього життя - це битва, де всі інші люди суперники, реальні або потенційні. Він коливається між методами двох попередніх і тому може розглядатися як щось середнє між пасивним й активним маніпулятором.

4. Система байдужої маніпуляції. Маніпулятор відіграє роль байдуже, ні на що не сподіваючись і намагаючись вислизнути, усунути від контакту з партнером. Він ставиться до іншої людини як до неживої ляльки. Його секрет, безумовно, у тім, що йому зовсім не байдуже, - інакше б він не продовжував свої маніпуляції.

На думку всесвітньо відомого психолога А. Маслоу актуалізаційна поведінка представляє не що інше, як творчо виражене маніпулятивне. Всі є маніпуляторами, але замість того, щоб відкидати наше маніпулятивне поведіння, нам варто спробувати перетворити його в актуалізаційне.

Альтернативу психології відкидання можна визначити як природний контроль або контроль без відкидання. Це не контроль над іншими, а внутрішній самоконтроль і самопізнання. Актуалізатор у своєму поведінні відштовхується не від загальноприйнятих стереотипів, а від природних потреб своєї особистості, тому звичайно відразу не буває визнаний суспільством. Він довіряє як своїй власній природі, так і природі людини взагалі, не намагаючись переробляти себе й інших. Його ціль – виявити себе якомога повніше. Його завдання - бути природним і завжди залишатися самим собою. У процесі пізнання себе самого й навколишнього світу, актуалізатор звичайно прагне виробити свою власну систему оцінки добра й зла. Це не виходить, що він відкидає авторитетні судження й не опирається на загальноприйняті поняття. На відміну від маніпулятора актуалізатор прагне розібратися до кінця в кожній конкретній ситуації й не чекати, поки хтось за нього оцінить що добре, а що погано, і вкаже йому як потрібно поводитися, щоб дотримати всіх рамок пристойності. Він вчиться в інших людей, не дивлячись на їхні чини й звання, і понад усе цінує компетентність, а не авторитет. Якщо маніпулятор завжди

шукає зовнішню опору, чіпляючись за суспільні стереотипи, то актуалізатор шукає внутрішню рівновагу й свої критерії оцінки реальності. Природно, що він спочатку частіше падає й більше набиває собі синців, але зате потім міцно стоїть на ногах і завжди може ясно визначити свою життєву позицію.

В сучасній правовій державі, допустимі межі використання маніпулятивних технологій в політиці, в тій чи іншій мірі, визначає законодавча база, а саме закони, що стосуються процесу виборів, політичної реклами, діяльності ЗМІ, агітації, доступу до інформації тощо. Тобто, доки немає чіткого визначення та регулювання всіх споріднених з цим питань на законодавчому рівні, особи зацікавлені у цьому, мають можливість використовувати будь-які методи боротьби за владу, якщо такі дії не переслідуються законом. У більшості розвинених країн кримінальний кодекс передбачає окремий склад злочину, щодо заволодіння чужим майном шляхом обману. На наш погляд, даний приклад дозволяє провести аналогію між діями шахраїв і діями маніпуляторів, що шляхом обману займають вищі державні посади, користуються найбільшими соціальними пільгами, регулярно виплачують та підвищують собі заробітню плату, а також використовують свою владне становище в сумнівних інтересах і цілях.

Оскільки мистецтвом управління політичною поведінкою можна скористатися для досягнення різних політичних цілей, то неминуче постає питання про етичну сторону діяльності політичних суб'єктів, а також тих, хто їм в цьому допомагає. Етичні проблеми політичного маніпулювання існують в будь-якому суспільстві, так як виникають в силу цілого ряду особливостей політичного процесу. По-перше, етична проблема - це проблема вибору засобів досягнення поставлених цілей, проблема співвідношення обраних форм політичної боротьби з існуючими в суспільстві нормами моралі. У широкому контексті - це вічна тема співвідношення політики і моралі. У зв'язку з тим, що політичні менеджери допомагають конкретній особі прийти до влади, утримати владу, залишитись в обраній ніші політичного простору, здобути перемогу над іншими претендентами на почесне місце в політичній ієрархії, то неминуче, в

цій гострій конкурентній боротьбі вони змушені балансувати на вістрі ножа для забезпечення перемоги. В запеклій боротьбі за владу, де ставки дуже високі, завжди є спокуса використати весь наявний арсенал, наприклад скомпрометувати опонентів. Особливо якщо є впевненість, що такі аморальні дії можуть пройти непоміченими або просто зійдуть з рук і за їх застосування не слідуватимуть санкції. Ще одна етична проблема - проблема професіоналізму та ідеологічних уподобань. Жорстка конкуренція на ринку консалтингових послуг може підштовхнути менш успішних політичних менеджерів і технологів до роботи з політиками, чий ідеологічний погляд і ціннісні орієнтації принципово суперечать їх власним. Подібні проблеми зачіпають і сфери ЗМІ, реклами, ПР, особливо тих, чия діяльність та успіх, безпосередньо пов'язано з політичним процесом. Однак найбільш гострою є проблема меж прийнятності вторгнення у свідомість і підсвідомість людини та впливу на неї.

Політичним технологам при формуванні іміджу політика, електоральних уподобань населення, вирішенні інших завдань доводиться вдаватися до прихованого психологічного впливу, до маніпуляції. Деякі дослідники висловлюють побоювання, що політичні технології, в основі яких лежать методи пропаганди, маніпулювання свідомістю, розробки з сфери психології сприйняття, психолінгвістики, сугестивної лінгвістики, нейролінгвістичного програмування, націлені на придушення свободи волевиявлення особи і в ряді випадків замінують репресивний апарат. Професійні знання дозволяють політичним менеджерам і технологам майстерно здійснювати вплив на людей, але, на нашу думку, серед безлічі способів впливу, впевнено можна назвати неетичними лише ті, що або засновані на обмані, або передбачають активну цензуру протилежних думок, отже коли людину позбавляють можливості познайомитися з іншою точкою зору, або знищують мотивацію та здатність захищатися від впливу, не дозволяючи людині сперечити, обдумувати рішення або просто віддалитись від суб'єкта впливу.

Підводячи підсумки всього викладеного вище, робимо висновок, що захиститися від маніпуляцій можна тільки актуалізуючи свою поведінку.

Ступінь успішності маніпуляції значною мірою залежить від того, наскільки широкий арсенал використовуваних маніпулятором засобів психологічного впливу і наскільки він сам гнучкий і вправний у їх використанні.

Отже, основними факторами, що впливають на зниження ефективності маніпулятивного впливу є:

1. Законодавча база;
2. Розвиток політичної культури у суспільстві;
3. Схильність до критичного мислення у населення;
4. Високий рівень освіченості щодо ключових політичних питань;
5. Політична активність членів суспільства;
6. Соціально-економічна стабільність у суспільстві (соціально-економічна нестабільність несе психологічну нестійкість членам суспільства, а це створює сприятливий ґрунт для маніпуляцій);
7. Розвинені конкуруючі мережі розповсюдження інформації у суспільстві;

3.3 Рекомендації щодо мінімізації негативного впливу маніпулятивних технологій в політичній комунікації в Україні

Більш ніж десятирічний вітчизняний досвід проведення демократичних виборів дає підстави говорити про закономірності розвитку електоральної системи в Україні. Одна з найсумніших закономірностей - все більш широке використання учасниками політичного процесу з усього різноманіття електорально-політичних практик, саме таких, що містять маніпулятивну складову. Маніпуляція стає соціальним явищем, що набуває величезних масштабів, поширюючись з поля політики на сферу масової свідомості, проникаючи в технології організації виборів і проведення виборчих кампаній, деформуючи поле масової комунікації, загрожуючи демократії і, в перспективі, економічному розвитку держави. Вплив політичних маніпуляцій спрямований на українського виборця викликає серйозне занепокоєння і наštтовхує на висновки, що в майбутньому у кожній наступній виборчій кампанії, цей арсенал буде застосовуватись все частіше, а методи впливу все брутальніше.

Результати парламентських виборів в Україні, дають можливість виявити такі особливості та тенденції у використанні маніпулятивних технологій:

По-перше, вибори в Україні характеризуються широким розповсюдженням маніпуляцій. Технологізація виборчих перегонів - тенденція у розвитку вітчизняної політичної системи. Дане твердження ілюструє динаміка виборів, починаючи з перших у незалежній Україні. Переважна більшість виборчих технологій були маніпулятивними, прийомами впливу. Такий вектор розвитку вітчизняної виборчої системи містить низку загроз для українського суспільства і державності. У разі зосередження фінансового та медіа ресурсів у руках кількох владних угруповань влада перестає бути контрольованою тими, хто її обирає, вибори перетворюються на фарс, поглиблюється прірва між владою і суспільством. Значні соціальні верстви фактично позбавляються можливості прояву політичної ініціативи, а владна еліта отримує практично

необмежену можливість визначати напрямок суспільного розвитку і проводити обрану політику.

По-друге, використання адмінресурсу під час виборів - типовий приклад маніпуляції процесами, коли застосовують діяльність органів державної влади та суб'єктів виборчого законодавства, тобто використання носіями діючої виконавчої влади свого становища для забезпечення подальшої участі у владі. Основними формами реалізації адмінресурсу в Україні можна вважати: маніпуляції виборчим законодавством шляхом лобіювання вигідних для чинної влади положень, маніпуляції реєстрацією партій, кандидатів та виборчих блоків, маніпуляції реєстрацією виборців, маніпуляції з формуванням виборчих округів (Технології електорального інжинірингу), використання керівників і працівників державних установ для виконання ними певних дій, упереджений контроль за дотриманням законодавства різними суб'єктами політичної боротьби, маніпуляції з правилами фінансування виборів, використання державних коштів на проведення власної виборчої кампанії, використання засобів цензури і контролю за державними та недержавними ЗМІ, маніпуляції з виборчими бюлетенями і підрахунком голосів [8]. Маніпулятивний потенціал адмінресурсу виявляється значним, оскільки кожна з названих сфер маніпуляції стосується діяльності багатьох державних і недержавних інститутів, контроль за якими об'єктивно ускладнений системними факторами. Для відстеження, запобігання та знешкодження маніпуляцій такого роду політичним акторам, що беруть участь у виборах, необхідні чималі ресурси, насамперед організаційний та інформаційний. Організаційний ресурс передбачає, як мінімум, наявність штабу, постійно діючий юридичний відділ, фахівців, що здійснюють моніторинг середовища та аналітичну діяльність, необхідну кількість офіційних спостерігачів, тощо. Інформаційний ресурс передбачає наявність власних і доступ до інших ЗМІ. Значний фінансовий ресурс також є вагомим фактором. Але навіть за наявності всіх зазначених ресурсів важко повною мірою протидіяти використанню адмінресурсу акторами "від влади". Тому вони, в порівнянні з іншими учасниками, завжди будуть мати додаткові резерви для

перемоги у виборах. Цей фактор ускладнює прогнозування результатів виборів та розподілу місць у парламенті, оскільки соціологи, що займаються електоральними дослідженнями, стикаються з похибкою, зумовленою не уподобаннями електорату, а недоліками системи організації виборів.

По-третє, характерною особливістю сучасного політичного лідерства є "дистанційність". Лідер і послідовники, як правило, не мають прямих контактів один з одним. Їхні стосунки опосередковуються організаціями, людьми, що обслуговують державну політичну машину, а головне - засобами масової інформації. Передача і сприйняття повідомлень в знаковій формі обумовлюють безліч можливостей надавати їм певне значення, викликати те чи інше відношення до політичних суб'єктів, чиї дії зачіпають інтереси людей, а також орієнтувати на певну політичну поведінку в межах конкретної соціальної системи. У зв'язку з цим А.Моль свого часу говорив, що для пересічної людини велике значення сьогодні має те, що вона почує по радіо, побачить по телебаченню чи в кіно, прочитає в газеті чи на афіші. В результаті на місце більш-менш цілісної системи знань і цінностей, що визначають світогляд і структуру особистості, приходить набір мінливих установок, на які постійно впливають ЗМІ [15, 47]. Маніпулятивний вплив засобів масової інформації на сучасну аудиторію, що складається з потенційних виборців, базується на трьох ключових концепціях соціології масмедіа: визначення порядку денного, націлювання уваги аудиторії і використання стандартних форм-кліше. Зокрема, відбір новин на основі інформаційних тем - одна з найбільш поширених технологій боротьби за голоси виборців в Україні. Данна технологія реалізується шляхом виривання події з реального контексту таким чином, щоб його можна було помістити в новий, символічний контекст - тему новин. Оскільки в рамках цієї технології можуть застосовуватися прийоми психоманіпуляцій, вона виявляється ефективною, поширеною і впливає на медіа простір всієї держави. Сучасні українські ЗМІ виробили ряд прийомів подачі інформації таким чином, щоб обійти критичний бар'єр сприйняття і

внутрішню цензуру аудиторії, а при необхідності і можливі законодавчі перепони.

Четверте, особливістю маніпулятивних технологій сучасної політичної боротьби в Україні є використання псевдо реальностей ("віртуальних реальностей"), тобто штучно створюваних засобами масової інформації проєкцій дійсності в масовій свідомості. У цьому контексті парламентські вибори 2012 року в Україні виявилися, на наш погляд, етапними з точки зору символізації політичного життя країни. Відбувається цей процес внаслідок засилля в ефірі та на сторінках національних та регіональних засобів масової інформації великої кількості псевдонових і псевдоподій, покликаних створити "віртуальні реальності" для цільових груп вітчизняних виборців. Цікаво, що після завершення виборчих змагань ця ситуація істотно не змінилася. Таким чином, ми можемо розглядати минулі вибори як підготовчий етап до наступних президентських виборів, де конкретні політичні угруповання тестували та відпрацьовували ряд маніпулятивних технологій через підконтрольні їм ЗМІ. Серед технологій, що були застосовані, найбільшу увагу, на нашу думку, заслуговує технологія "розколу України", сценарієм якої служить віртуальний "розкол" держави на "Захід" і "Схід", "Фашисти і Антифашисти", що, ймовірно, будуть представлені кожен своїм кандидатом на пост глави держави, а переможцем, завдяки чисельній перевазі, стане кандидат від "Сходу". Теоретично такий сценарій - це часткове повторення сценарію перших виборів Президента України (Л.Кравчук проти В.Чорновола), але якісно нові рівні розвитку сучасних ЗМІ, реклами, ПР і політичного маркетингу в Україні, дають підстави очікувати використання набагато більшого розмаїття маніпулятивних технологій та їх вдосконалення.

Отже, інституційні технології уникнення маніпуляцій — це публічна політика, деліберативний процес (глобальні масові консультації), альтернативність політичних рішень на етапі їх розробки, відкрита аргументація щодо кожної альтернативи, відкритий вибір альтернативи усіма учасниками комунікації. Але на наш погляд, також важливо зосередити увагу на

рекомендаціях протидії політичним маніпуляціям в Україні саме з інформацією про дійсність та громадською думкою, до яких, зараз свідомо та цілеспрямовано вдається нинішній політичний режим країни заради самозбереження навіть в умовах вже зрозумілої для суспільства (що засвідчили останні парламентські вибори) його неефективності, а навіть і загрози для майбутнього однієї з найбільших країн Європи. На наш погляд, провідну роль у процесі розповсюдження та розвитку маніпулятивних технологій в Україні, (що є загрозою для українського народу) становлять саме ЗМІ. Але, радикальним способом „лікування” вітчизняних медіа від політичних маніпуляцій може стати лише зміна всієї системи влади в країні, починаючи від персоналій, які зараз її уособлюють – і закінчуючи негайним проведенням тих політичних, економічних, соціальних реформ, що лише імітуються існуючою владою.

Для цього, необхідно перетворити державу з суб'єкта політики - на її об'єкт, зробити державу не самостійним гравцем, а лише інструментом досягнення інтересів громадян, тобто виконавча гілка влади повинна стати залежною від виборців. Це, в свою чергу, означає необхідність або обирати виконавчу владу на виборах у ВР, тобто надавши право парламентським партіям формувати уряд, звичайно, не користуючись відомими „неформальними” методами формування парламентської більшості, що після майже півроку після виборів обирає уряд. Або обирати виконавчу владу на президентських виборах – з тим, щоб сам президент і очолював уряд.

Удосконалення виборчого законодавства, що залишається актуальним питанням політичного порядку денного. Зміни до виборчого законодавства є невід'ємною частиною підготовки держави до підписання Угоди про Асоціацію України та ЄС. Зовнішньополітичний контекст створює сприятливі умови для проведення широкої дискусії із питань удосконалення виборчого законодавства. У лютому Кабінет Міністрів України затвердив план першочергових заходів щодо інтеграції України до ЄС на 2013 рік., який передбачає розробку та реалізацію заходів із удосконалення виборчого законодавства.

Також, на нашу думку, саме громадський контроль, в тому числі і за діями ЗМІ, має стати найбільш ефективним механізмом від маніпулятивних зловживань влади, політиків та бізнесу.

Професійна етика. Відомо, що дуже великий вплив на стан етичності журналістики та журналістів, що також є засобом ефективного захисту суспільства від маніпуляцій, мають економічні, політичні та соціальні умови їх функціонування. З цієї точки зору ситуація у сучасній українській журналістиці є надзвичайно несприятливою. Та все ж, ми переконані, що зусилля з впровадження етичних та професійних засад журналістики навіть в такому перехідному стані, в якому вона перебуває зараз в Україні разом зі всім суспільством, не повинні згортатися і не можуть бути марними.

Розвиток громадянського суспільства, що залежить не тільки від основних прав індивідуумів, а й від створення суспільної сфери де всі обґрунтовані думки, цінності, інтереси та перспективи можуть бути і дійсно будуть висловлені. І, оскільки така сфера навряд чи може виникнути спонтанно, то законодавство має накласти на мас-медіа певні зобов'язання щодо просування плюралізму та суспільного дискурсу. У цьому розумінні комерційні ЗМІ теж не можуть бути звільненими від необхідності бути не просто бізнесом, а соціально відповідальним бізнесом, і не можуть бути абсолютно вільними від громадського регулювання своєї діяльності. Тим більше в Україні, де ані держава не є демократичною, ані бізнес не є прозорим та відповідальним. Тим більше, що практично все українське комерційне мовлення базується на колишній чи й нинішній державній інфраструктурі. Державний –отже створений на гроші платників податків. Більше того, такі канали, як „1+1”, „Інтер” продовжують використовувати цю інфраструктуру, причому невідомо ще, чи сплачуючи за неї.

Для вирішення цих проблем, необхідна системна праця в кількох напрямках, наприклад:

- законодавче забезпечення ринкових перетворень у сфері ЗМІ. Формально достатньо демократичне, українське медійне законодавство фактично

побудоване на законодавчій практиці країн розвинутої ринкової демократії та розвинутого традиційного права. Однак, в умовах перехідного суспільства та не проведеної кадрової люстрації радянської номенклатури, законодавство має, в першу чергу, стимулювати рух ЗМІ до ринкових відносин. Медіа мають стати або комерційними, або громадськими. Роздержавлення ЗМІ – має стати головною вимогою тих політичних сил, які прагнуть демократичних змін в Україні;

- необхідно законодавчо оформити норму, яка б забезпечувала прозорість стосунків власності та контролю у медійній сфері. Громадяни мають право знати, кому належать, ЗМІ, хто є насправді акціонерами, хто-кредиторами, хто –головними рекламодавцями;

- законодавче забезпечення захисту власників, редакційних колективів та журналістів від політичної цензури. Закон „Про політичну цензуру” має дати максимально деталізоване визначення поняття цензури;

- створення розвинутої системи невеликих неприбуткових ЗМІ – які б за наявності певних законів, в тому числі податкових пільг, меценатству та засновувалися і підтримувалися суспільними фондами;

- сприяння розвитку незалежних журналістських профспілок. Саме вони можуть стати фундаментом справжнього корпоративного об’єднання проти цензури держави та цензури власників ЗМІ. У тому числі – і за рахунок легалізованої можливості як локальних, так і загальнонаціональних страйків;

Отже, загальне усвідомлення принципів сучасного та демократичного державного будівництва громадськістю, на наш погляд, має стати консолідуючим чинником, що не допустить виникнення нелегітимної державної влади, яка фактично узурпує конституційні права громадян в своїх власних інтересах або в інтересах політичних кланів.

Також, не слід відкидати факт, лобіювання сильними державами своїх інтересів в Україні. Багато хто вважає, що для досягнення таких глобальних цілей всі засоби виправдані, тим більше відносно України, враховуючи її політико-географічне положення. Очевидний факт непереборного бажання

певних сил знищити всі національні консолідуючі цінності, що зближують українців і на сьогоднішній день, здається, їх бажання вже наближаються до реалізації.

Боротьба за долю держави ще попереду, ще триває маніпуляція суспільною свідомістю з метою вигідного розділення українського суспільства за політичною та етнічною приналежністю. Тому зацікавленим особам вкрай вигідно вважати себе революціонерами і істинними борцями за права людини, а свій прихід до державної влади – реформою, або навіть революцією.

В третьому розділі було досліджено інструменти та механізми маніпулятивного впливу та можливі способи протидії їм, окреслено характеристики де-яких технологій політичної маніпуляції. Нами було виявлено, що основою захисту від прихованого впливу є саме критичне мислення населення та створення публічної сфери де всі обґрунтовані думки, цінності, інтереси та перспективи можуть бути і дійсно будуть висловлені. Тобто, інституційні технології уникнення маніпуляцій — це публічна політика, деліберативний процес (глобальні масові консультації), альтернативність політичних рішень на етапі їх розробки, відкрита аргументація щодо кожної альтернативи, відкритий вибір альтернативи усіма учасниками комунікації. Основними факторами для зниження ефективності маніпуляцій в сучасному політичному дискурсі та їх використання взагалі є: удосконалення законодавчої бази, що має регламентувати, як безпосередньо механізм виборів, так і діяльність ЗМІ, громадських організацій, використання політичної реклами, тощо; розробка професійних етичних кодексів; розвиток конкуруючих мереж ЗМІ та нових медіа (соціальних мереж та мережі Інтернету взагалі); розвиток громадянського суспільства та політичної культури і як наслідок, політичної культури, політичної активності та освідченості щодо ключових політичних питань.

Враховуючи наведене вище, а також результати дослідження (контент-аналізу) було розроблено ряд рекомендацій для мінімізації негативного впливу

маніпулятивних технологій в політичній комунікації та обмеження можливостей їх застосування і контролю взагалі.

Висновки:

Під час написання роботи ми дійшли до таких висновків, які узагальнюють та підбивають підсумки наукової праці:

Сукупність культурно-історичних, соціально-економічних і політичних умов об'єктивно визначає обумовленість використання в політичній боротьбі технологій маніпуляції.

Маніпулювання в загальному вигляді можна визначити як процес ціленаправленого використання специфічних способів і засобів зміни поведінки людини чи цілей, бажань, намірів, установок, психічних станів чи інших його психологічних характеристик в інтересах суб'єкта впливу. Основними рисами маніпулювання є, по-перше, його прихований вплив, спрямований на впровадження в психіку людини думок, бажань, які не збігаються з її власними; по-друге, це специфічний психологічний вплив, метою якого є управління діями людей.

Сьогоднішня політична еліта успішно використовує маніпуляцію для досягнення своїх цілей. А оскільки більшість населення є відстороненою від участі в політичному житті суспільства, відчужена від процесів прийняття рішень і отримує велику кількість інформації, яку не може компетентно оцінити, то маніпуляція проходить успішно. Вона стає мистецтвом, яке зводиться до вміння направляти людські бажання у потрібному руслі.

Разом з еволюцією уявлень про феномен маніпулювання, вдосконалювались і технології його здійснення.

Можна виділити ряд особливостей, що становлять когнітивну і психологічну базу маніпулятивних технік. Так, можна назвати психологічні передумови (інерційність людської свідомості, схильність до спрощень, уникнення протиріч); когнітивні передумови (прихильність до певної моделі світу); логічні передумови (інтерпретація повідомлень нерідко пов'язана з логічним висновком, що може бути помилковим); соціологічні передумови (перевага конформізму в людській поведінці); комунікаційні (у спілкуванні

люди часто керуються принципом кооперації); структурно-семіотичні (будь-яка семіотична система не просто позначає дійсність, а інтерпретує її).

Найчастіше на сьогодні використовуються лінгвістичні технології маніпулювання, до яких належить застосування ідентифікаційних формул, синонімічних рядів, навішування ярликів, використання евфемізмів, викривлення існуючої інформації тощо. Іншою групою є технології поширення стереотипів, завдяки яким штучно спотворюється реальність і утворюється стійка сукупність викривлених та спрощених оцінок. Технології поширення зорових образів полягає в тому, щоб спрямувати уяву людини в потрібне русло і створити в свідомості образи, які не відповідають дійсності. Ще одна група маніпулятивних технологій пов'язана із почуттями та потребами людини, адже їх досить легко викликати і важко контролювати. Щодо потреб, то маніпулятори створюють нові, видумані потреби, примушуючи повірити, що вони є істинними.

Варто зазначити, що в наш час функцію маніпулятивного апарату майже цілком і повністю перебрало на себе ЗМІ, які в свою чергу працюють на конкретну політичну силу. І з часом ця тенденція тільки збільшується. Перевага ЗМІ впливає з їх природи та полягає в тому, що в будь-якому разі кожен громадянин читає періодичні видання, дивиться телебачення або слухає радіо. Таким чином жодна людина не має можливості сховатися від впливу технологій політичного маніпулювання направлених саме на нього.

Але існують межі маніпулювання. Перешкодою виступає досвід людей, невідконтрольні владі напрями системи комунікації такі як сім'я, друзі, знайомі. Першою умовою протидії маніпуляції є критичне осмислення та перевірка інформації, її уточнення через альтернативні джерела. Потрібно звертати увагу на зміст, форму повідомлення, зв'язок з подією. А головне не залишатись байдужими, індиферентними. Необхідно вчасно виявляти та нейтралізувати маніпулятивний вплив, адже в ньому криються серйозні наслідки для особистості.

Використання різного роду маніпулятивних впливів, передусім з метою

досягнення та збереження політичного домінування, призводить у результаті до серйозних розладів суспільного життя, породжує суспільну апатію та відчуження більшості населення від свідомої участі у політичному житті країни. Наслідок - дестабілізація внутріполітичного життя, стагнація негативних явищ. Результати дослідження дали підстави стверджувати, що проблема прихованого впливу в нашій країні є вкрай актуальною. Отже, Україна потребує реальних реформ та радикальної зміни ставлення (активізації) населення до такого стану справ, інакше нас чекає сумне майбутнє.

Необхідно зрозуміти, що політика це наше повсякденне життя. І дуже важливо зрозуміти всю серйозність застосування маніпулятивних технологій та вміти їм протидіяти.

Список джерел та літератури:

1. Амелин В.Н. Социология политики. – М.: Изд-во МГУ, 1992. – 184 с.
2. Бебик В. Базові засади політології: історія, теорія, практика.—К.: МАУП, 2000. – 437с.
3. Бессонов Б.Н. Идеология духовного подавления. – М.,1971. - 295 с.
4. Волкогонов Д.А. Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания.– М.: Воениздат, 1983. - 288 с.
5. Горчева А.Ю. Основы манипулирования людьми в избирательном процессе // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2002. №1. С. 91-103.
6. Зяблов В. Интернет - новое СМИ // Советник. 1998. №1.
7. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М. 2001. - 688с.
8. Купцов А. Выборы в Украине в контексте теории и практики политического маркетинга // Социология: теория, методы, маркетинг. — 2003. —№1. — С. 125–136.
9. Лебон Г. Психология народов и масс. изд. "Макет", СПб, 1995.- 206 с.
10. Липпман У. Общественное мнение. . — М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. — 384 с.
11. Любимый Я.В. Современное массовое сознание: динамика и тенденции развития. – К.: Наукова думка, 1993. - 140 с.
12. Малкин Е., Сучков Е. Основы избирательных технологий.—М.: SPSL-Русская панорама, 2002. – 387с.
13. Маніпулювання політичне // Політичний енциклопедичний словник: Навчальний посібник / за ред. Шемшученка Ю. С.. - К.: Генеза, - 1997. – С. 191.

14. Миселюк А. Цінності єдині і на сході, і на заході // режим доступу: <http://www.tyzhden-doviry.in.ua/shid-i-zahidukrajiny-shlyah-doviry>
15. Моль А. Социодинамика культуры. — М., 1993.
16. Назоретян А. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии. — СПб.: Питер, 2003. - 287с. Общественные науки. — 1990. — №2. — С.45-52.
17. Підстригач А. Акти-маніпуляції // Пірен М. Основні політичної психології: Навч. Посіб.—К.: Міленіум, 2003. — 346с.
18. Платон. Государство. Собрание сочинений, т. 3. М., 1994
19. Пугачев В.П. Технологии скрытого управления в современной российской политике // Вестник Московского университета. Сер. 12. Политические науки. 2003. №3. С. 66-102.
20. Пугачев В.П. Экологическое манипулирование в управлении государством // Вестник Московского университета. Сер. 21. Управление (государство и общество). 2005. №1. С. 89-111.
21. Сагатовский В.Н. Социальное проектирование // Прикладная этика и управление нравственным воспитанием. — Томск. - 1980.- с. 86.
22. Седов Л.А.: Россия и мир // режим доступу: <http://www.levada.ru/10-08-2007/la-sedov-rossiya-i-mir>
23. Фербер К. Манипуляторы сознанием. — М., 1995. — 277с.
24. Фрумкин В. Технология убеждения. Заметки о политической песне //
25. Цуладзе А. Большая манипулятивная игра. М.: Алгоритм, 2000. 336 с.
26. Цуладзе А. Политические манипуляции, или покорение толпы. М., 1999.
27. Шестопад Е.Б. Политическая психология. - Ростов-н/Д., 1986.
28. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. — М.: Мысль, 1980. — 326 с.
29. Шостром Э. Анти-Карнеги, или человек-манипулятор. — М.: Дубль-В, Дельта - 92, 1994. - 128 с.
30. Э. Бернайс. Пропаганда. Пер. с англ. И. Ющенко. М., «Hippo Publishing», 2010.- 176 с.

31. Aldous Huxley. *Brave New World*. New York: HarperPerennial, 1989.://
режим
доступу:<http://www.idph.com.br/conteudos/ebooks/BraveNewWorld.pdf>
32. Dijk T.A. van. *Discourse and manipulation*. L.: SAGE Publications, 2006. 383
р.
33. Geller D.S., Singer J.D. *Nations at War. A Scientific Study of International
Conflict*. - Cambridge: Cambridge University Press, 1998
34. Holsti O.R. *Foreign Policy Formation Viewed Cognitively // Structure of
Decision / Ed. by Axelrod R.* - Princeton: Princeton University Press, 1976
35. Lee, M.A., and N. Solomon 1990. *Unreliable Sources: A guide to detecting
bias in news media*. New York: Carol Publishing Group
36. Przeworski, Adam. 1986. "Some Problems in the Study of the Transition to
Democracy," in Guillermo O'Donnell, Phillippe C. Schmitter, and Laurence
Whitehead, eds. *Transitions from Authoritarian Rule: Prospects for
Democracy, Part III*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, pp. 47-63.
37. Riker W.H. *The art of Political Manipulation.*— New Haven, 1986. — 383 p.
38. Shimko K.L. *Metaphors and Foreign Policy Decision Making // Political
Psychology.*-Vol. 15, 1994. - P.397-419
39. Snyder R.C., Bruck H.W., Sapin B. *Decision-Making as an Approach to the
Study of International Politics / Foreign Policy Decision-Making.* - N.Y.: The
Free Press, 1963
40. Young M.D., Schafer M. *Is There Method in Our Madness? Ways of
Assessing Cognition in International Relations // Mershon International
Studies Review.* - Vol. 42, 1998. - P.63-
96//<http://pluto.fss.buffalo.edu/classes/psc/fczagare/PSC%20504/Young.pdf>