**Лекція 10.**

**Механізми та технології політичного маніпулювання.**

1. Політичне маніпулювання, його функції.

2. Основні фази процесу політичного маніпулювання.

3. Політичний імідж: технологія створення. Поняття харизми.

4. Характер стереотипів у політичному маніпулюванні.

5. Політичне міфотворення як технологія політичного маніпулювання.

6. Політичний ритуал як технологія політичного маніпулювання.

7. Чутки та їх місце в політичних маніпуляціях.

**Література**

1. Була С. П. Свідерська О. І. Соціальні мережі як інструмент політичної маніпуляції. Політикус: наук. журнал. 2020. № 4. С. 21–25. [http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/10335/1/Bula%2c%20Sviderska.pdf](http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/10335/1/Bula%2C%20Sviderska.pdf)
2. Макаренко Л. П. Сутність, роль та основні прийоми політичної пропаганди. *Гілея*. 2014. № 83. <http://www.gileya.org/download.php?id=102>
3. Мошак Д. С. Сучасні політичні маніпуляції: політико-комунікаційний та політико-технологічний виміри. Політикус: наук. журнал. 2020. № 4. С. 42–46. <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/10338/1/Moshak.pdf>
4. Павлов Д. Політична пропаганда: до визначення поняття. *Гілея*. 2013. № 79 <http://www.gileya.org/index.php?ng=library&cont=long&id=98>
5. Руденко Н. В. Сугестія як засіб формування громадської думки в сучасних англомовних інтернет-виданнях: інформаційно-комунікаційні стратегії та способи їх реалізації: дис....д-ра філософії: 061. Суми, 2022. 235 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/88567/3/%D0%94%D0%B8%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F_%D0%A0%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9D.%D0%92..pdf>
6. Супермаркет пропаганди: США <https://adastra.org.ua/blog/supermarket-propagandi-ssha>
7. Bernays E. Propaganda. Rossendale: Desert, 2018, 170 p.

***1. Політичне маніпулювання, його функції.***

**Політичне маніпулювання** — комплекс психологічних, ідеологічних та організаційних дій, спрямованих на приховане корегування масової свідомості з метою стимулювання суспільної активності у потрібному маніпуляторові напрямі в боротьбі за політичну владу, її захоплення, використання, утримання.

Маніпулювання як специфічна форма політичного впливу виконує декілька **функцій**:

— інформаційна функція: отримання, пристрасне інтерпретування, упереджене коментування та розповсюдження відомостей про найважливіші для громадян і органів влади події;

— функція набуття (посилення) впливу: стимулювання зміни мотивів та установок партнера по спілкуванню з метою трансформації його поведінки та дій;

— функція встановлення контролю над свідомістю: фіксація у суспільній свідомості необхідних стереотипів, іміджів, міфів тощо, які в потрібний момент включають дію механізмів психічного автоматизму;

— функція регулювання: спрямування поведінки та дій об’єкта політичного маніпулювання у потрібному для маніпулятора напрямі, відволікання жертви від достовірної інформації і переорієнтація її на сприйняття сфальсифікованої інформації;

— провокативна функція: інспірування у потрібний момент конфлікту з партнером по політичному спілкуванню або у таборі опонентів;

— функція маскування: камуфлювання справжніх намірів шляхом замовчування, приховування, перекручування достовірної інформації, яка необхідна партнерові по політичному спілкуванню для прийняття правильних рішень;

— захисна (оборонна) функція: використання маніпулятивних засобів та дій під час фронтальної атаки супротивника у ситуації дефіциту психологічних та інших ресурсів;

— адаптивна функція: пристосування маніпулятивної стратегії і тактики до конкретної ситуації та специфіки партнера по політичному спілкуванню;

— мобілізаційна функція: формування комплексу стимулів (інформаційних, мотиваційних, емоційних тощо), які забезпечують необхідну політичному маніпуляторові дію чи бездіяльність об’єкта маніпулювання.

***2. Основні фази процесу політичного маніпулювання.***

Процес маніпулювання, як правило, складається з семи послідовних фаз:

1) пробудження інтересу в потенційного об’єкта маніпулювання до дій, слів маніпулятора;

2) входження маніпулятора в довіру до об’єкта маніпулятивної дії;

3) зацікавлення інтригою (можливість виграти, дізнатися, отримати тощо);

4) маневр відволікання (перенесення уваги об’єкта маніпулювання на другорядну деталь; повідомлення сенсаційної звістки, яка не стосується справи, тощо);

5) підміна, приховування (слова, предмета, дії);

6) констатація сфабрикованого результату;

7) приховане або відверте спонукання об’єкта маніпулювання до дій, слів, поведінки, вчинків, необхідних маніпуляторові.

Політичні маніпуляції здійснюють на міжособистісному, внутрішньогруповому, міжгруповому, масовому рівнях.

На міжособистісному та внутрішньогруповому рівнях використовують набір певних маніпулятивних прийомів, а на міжгруповому та масовому — діють уже маніпулятивні технології. Технологія загальнодержавного маніпулювання ґрунтується на цілеспрямованому, послідовному та систематичному впровадженні у масову свідомість соціально-політичних міфів, стереотипів, ілюзій, ідей, норм тощо, які повинні сприйматися без критичного осмислення, на віру. Можливість застосування цієї дії зумовлена суперечностями масової свідомості, бурхливим розвитком нової комунікаційної техніки, зростанням рівня витонченості маніпулятивних технологій, методів, прийомів.

Політичні маніпулятори у своїх діях використовують комплекс специфічних закономірностей масової психології:

1. Масова свідомість різниться свідомим і несвідомим розумінням суспільно-політичної дійсності. З одного боку, зростання культури, освіти, поінформованості розширює можливості раціонального осмислення суспільних проблем, з іншого — нерівномірність цих процесів, ускладнення суспільного життя, його суперечності заважають людині створити системний образ соціальних подій і проблем. Через дефіцит часу на осмислення реальності у людей формується неадекватне, деформоване, несвідоме ставлення до суспільно-політичної дійсності. У політичній практиці поєднуються обидві сторони (свідома і несвідома), але маніпулювання здійснюється саме шляхом звернення до несвідомого (насадження несвідомих політичних поглядів, культивування сліпої віри тощо).

2. Масова свідомість характеризується догматичним і критичним ставленням до дійсності. Як свідчить історичний досвід, влада, яка використовує у своїй політичній практиці маніпулювання, як правило, зацікавлена в обмеженні (забороні) критичного ставлення до політичного процесу і культивуванні догматичного, щоб забезпечити стійкість власних позицій. Саме для посилення догматизації, уніфікації мислення суспільству нав’язують систему стереотипів, міфів, іміджів тощо.

3. Поєднання в масовій свідомості звичного, традиційного та незвичайного, інноваційного відкриває можливості для маніпулювання. Навіть бажаючи змін і проголошуючи реформи, правлячі кола можуть часто використовувати маніпулятивний прийом апелювання до традицій, звичаїв, звичок, які нерідко є фундаментом стійкості політичної влади. Крім того, інноваційні ідеї слугують будівельним матеріалом для створення нових міфів, нової паралельної реальності. Така гра формує ілюзорну картину світу, яка є сприятливим ґрунтом для ефективного політичного маніпулювання.

Отже, суть маніпулювання як специфічної форми політичного впливу, полягає у штучному створенні додаткових психологічних важелів ефективної дії у процесі боротьби за владу, а зміст — у прихованому коригуванні масової свідомості; вживленні у масову свідомість штучних стимулів (мотивацій) дії; спрямуванні суспільних настроїв та громадської активності у потрібному для маніпулятора напрямі. Залежно від обставин політичне маніпулювання може виконувати інформаційну, регулювальну, провокативну, захисну, мобілізаційну, адаптивну та інші функції.

Специфічними ознаками цього виду психологічної дії є:

а) своєрідність об’єкта маніпулювання: ним може бути не лише окремий громадянин або група (організація), а й усе суспільство в цілому;

б) усвідомлений характер дії: на відміну від міжособового маніпулювання, яке може бути свідомим і несвідомим, політичне маніпулювання є ретельно спланованим, організованим актом;

в) чітка запрограмованість маніпулятивного результату: він спрямований переважно на створення сприятливих умов для виконання одного з трьох завдань — завоювання влади, управління, втримання влади;

г) активне залучення ЗМІ для впливу на суспільну свідомість: вони найефективніше поширюють необхідну маніпулятору інформацію.

***3. Політичний імідж: технологія створення. Поняття харизми.***

**Політичний імідж** - це сформований у масовій свідомості стереотипний і емоційно забарвлений образ політичного лідера. Формування іміджу відбувається як стихійно, неусвідомлено, так і свідомо, коли ретельно відстежуються особливості сприйняття політика, продумується нова стратегія і тактика формування сприятливого образу.

Ядро іміджу: легенда, позиції, установки.

Легенда - це найголовніше. Саме вона дозволяє політику "триматися на плаву", менше витрачати зусиль на рекламу у виборчій кампанії. Легенда робить його таким, що запам’ятовується, популярним, упізнаваним. Питання тільки в тому, яка це легенда - хороша чи погана. Легенда складається із загального враження про людину і формується на рівні підсвідомості.

Формування ефективного політичного іміджу - процес непростий і тривалий, залежить від багатьох факторів. Проте будь-який імідж має обов'язково задовольняти декільком загальним вимогам:

1) У політичному іміджі повинні обов’язково бути риси переможця. Це має виявлятися насамперед у оцінках особистості.

2) Необхідно, щоб у політичному іміджі були присутні «риси батька». Дана вимога є відображенням фрейдистських поглядів на проблему лідерства, які важко спростувати. По 3. Фрейду, «маса просто потребує лідера, як сімейство має потребу в авторитетному батькові». Дані стійкі соціальні очікування і стали основою цього важливого вимоги до іміджу.

3) Стереотипна багатоплановість іміджу. Імідж не повинен бути складним, його сила - у стереотипності. Але дана стереотипність повинна бути багатоплановою, тобто спрямованої на окремі соціальні групи або країни, так як у них свої специфічні стереотипи.

4) Відкритість (видима доступність). Ця вимога можна вважати наслідком другого і третього. Відкритість сприймається як ефективний зворотний зв'язок виборців з лідером. Багато хто схильний вважати, що тільки це допомагає політику вірно орієнтуватися в ситуації. До того ж багато хто схильний вірити, «що вони напишуть ... і їм допоможуть, або багато що зміниться ».

5) Ефективні комунікації. Імідж транслюється в процесі численних політичних комунікацій.

6) Оточення. Існує крилатий вислів «короля грає почет». Воно повністю справедливо й у випадку формування ефективного іміджу під час виборчих кампаній.

7) Раціональна інновація, неординарне рішення.

Харизма - це особлива властивість, завдяки яким людину оцінюють як обдарованого особливими якостями і здатного робити ефективний вплив на інших.

Класичне визначення харизми дано німецьким соціологом М. Вебером: «Харизмою називається якість особи, що визнається надзвичайним, завдяки якому вона оцінюється, як обдарована надприродними, надлюдськими або, щонайменше, специфічно особливими силами і властивостями, не доступними іншим людям».

***4. Характер стереотипів у політичному маніпулюванні.***

Політичний імідж – це емоційно забарвлений символічний образ, узагальнене стереотипне уявлення стихійно або цілеспрямовано сформовані у масовій свідомості. Професійно створений політтехнологами імідж політичного лідера, партії, структури, державної або недержавної інституції функціонує як оптимальний інформаційний об’єкт, формує прихильність і визнання з боку громадськості. Значущим є те, що імідж – не просто психічний образ свідомості як відображення реальності. Це є спеціально змодельоване, цілеспрямоване "відображення відображення", тобто відображення образу, вже створеного професіоналами на основі певної реальності.

Процеси формування політичного іміджу та сприйняття його цільовою аудиторією громадськості нерозривно пов’язані із стереотипізацією мислення. Адже створений PR-фахівцями та політтехнологами імідж набуває вигляду стереотипу, що задає апробовані шляхи ідентифікації суб’єкта політики. Стереотипний характер – важлива особливість іміджу.

Стереотипізація як процес спрощення схематизації дійсності дає можливість особі або групі громадян орієнтуватись у безперервно зростаючому потоці інформації, швидко реагувати на реальність, що змінюється, розбиратись у суті суспільно-політичних процесів та проблем, більш-менш адекватно оцінювати політичного лідера, партію, громадсько-політичну організацію або політичну ситуацію, явище, що віддалені від безпосередньої сфери діяльності людини й функціонування яких є маловідоме чи складне для її розуміння.

***5. Політичне міфотворення як технологія політичного маніпулювання.***

Існує кілька визначень поняття "політичний міф". Розглянемо найпоширеніші з них:

• політичний міф — це реакція на неможливість раціонально пояснити радикальні зміни, що відбуваються;

• політичний міф — це символічна мовна форма політичної культури, що має фактично ті самі цілі, що й ритуал. Міф — це драматичне, символічно сконструйоване представлення реальності, яке люди приймають на віру.

У політичні міфи люди вірять, оскільки це дає змогу зрозуміти невідоме або віддалене минуле. їх використовують і з метою мобілізації значної кількості людей на певні дії, скажімо, на підтримку непопулярних політичних рішень політичних діячів і навіть антинародних політичних режимів.

Основні типи політичних міфів — головні, або провідні; за структурою "ми і вони"; героїчні; псевдоміфи.

1. **Головні, або провідні, міфи** дають змогу у той чи інший спосіб формувати, спрямовувати колективну, загальнонародну свідомість. До них належать міфи про окремі нації (наприклад, про великі переваги американської нації), держави, політичні устрої, режими, форми правління. Так, є чимало міфів про унікальність окремих політиків — державних, громадських діячів, президентських форм правління чи, скажімо, народовладдя.
2. **Міфи за структурою "ми і вони"** створюють і використовують виключно з метою виокремлення окремих структур, їх протиставлення. Наприклад, політичні партії, громадські об'єднання, групи тиску надто часто використовують міфи "ми і вони" під час виборів, референдумів, опитувань громадської думки з єдиною метою — подати себе у виг­рашному вигляді, кращій ситуації, ніж їх супротивники.
3. **Героїчні міфи** пов’язані насамперед із конкретними людьми — політичними, державними діячами, лідерами, непересічними особистостями, що видаються загалу взірцями для наслідування.
4. **Псевдоміфи** — це міфи сучасної, тимчасової, короткотривалої дії. Скажімо, у період виборів надто багато політиків формують і поширю­ють думку, що "лише вони і тільки вони спроможні вивести країну з кризи", "покінчити з казнокрадством, корупцією і тіньовою економікою", "вирішити проблему безробіття" та ін.

***6. Політичний ритуал як технологія політичного маніпулювання.***

**Ритуал** (від лат. «ritualis» – обрядовий, «ritus» – урочиста церемонія, культовий обряд) можна визначити як стандартизоване повторення політично значущих дій, ідеологічно санкціонованих та драматично інсценізованих з метою регулярного утвердження та зміцнення соціально-політичного порядку.

Ритуали класифікують за різними підставами і критеріями. Е. Гофман і Е. Дюркгейм усі політичні ритуали поділяють на позитивні та негативні.

Позитивні ритуали за своєю суттю наближають учасника до царини сакрального, що притаманно насамперед тоталітарним та авторитарним суспільствам (наприклад, виголошення звернень трудящих, вітання піонерів, рапорти передовиків, відвідини мавзолею Леніна в Радянському Союзі).

Негативні ритуали, навпаки, – побудовані на системі заборон, яка відділяє сакральне від вульгарного (приміром, наруга над пам’ятниками культури, державною символікою тощо). Надмірна ритуалізація політичного життя вписується в так звану «підданську» політичну культуру (за Г. Алмондом і С. Вербою), яка визначає найстійкіші, типові зразки і правила політичної поведінки громадян.

Е. Дюркгейм поділяє також ритуали на кризові та календарні.

**Кризові ритуали** властиві для екстремальних ситуацій. Набір цих ритуалів суворо обмежений і співвідноситься з важливими моментами в житті колективу, викликаними або перетвореннями в соціальній структурі (народження, весілля, смерть), або змінами в навколишньому світі (війна, епідемії, стихійні лиха, і, як наслідок, – перебування глави держави на місці нещастя, його звернення до населення країни під час стихійного лиха тощо). Ритуал за цих умов виглядає як єдино можливий спосіб поведінки людини і колективу в тих ситуаціях, які розцінюються даним суспільством як кризові, й тому потребують спеціальних програм поведінки.

Кризовий ритуал є дієвим способом як індивідуального, так і колективного переживання важливої критичної ситуації, спільною дією, що здатна долучати широку масу акторів до політики.

**Календарні ритуали** відзначаються чіткою прив’язкою до конкретних дат, їх періодичної повторюваності та очікуваності (привітання громадян главою держави із Новим роком, святкування важливих для країни подій).

***7. Чутки та їх місце в політичних маніпуляціях.***

**Чутка** – специфічний спосіб інтерпретації інформації, зумовлений дефіцитом поінформованості, невизначеністю ситуації, поширенням настроїв тривоги та страху у суспільстві, якому притаманні деформованість, узагальненість, актуальність змісту; простота, доступність, емоційність, неофіційність форми подачі; циркуляція/самопоширення/актуалізація у процесі поширення в усній формі через канали міжособистісної комунікації.

За походженням:

* «Спонтанні» – не створюються спеціально, не мають певної мети, вони лише продукт ситуації та її інтерпретації.
* «Сфабриковані» – створені спеціально, з певною метою, в їх основі лежить формування штучного інтересу.

За ступенем достовірності інформації:

* абсолютно недостовірні чутки;
* недостовірні чутки з елементами правдоподібності;
* правдоподібні чутки;
* достовірні чутки з елементами неправдоподібності.

За рівнем циркуляції:

* «Локальні» – поширені в середині відносно невеликої соціальної групи, якою може бути населення села або містечка, колектив підприємства або навчального закладу тощо.
* «Регіональні» – циркулюють на теренах певного географічного регіону.
* «Національні» і «міжнаціональні» – розповсюджені у загальнонаціональних межах.

За емоційною характеристикою:

«Чутка-бажання» відображає надії, очікування і прагнення людей, у середовищі яких вона циркулює, частіше є спробою видати бажане за дійсне. З одного боку, вона підтримує тонус соціального існування, з іншого – деморалізує, створюючи завищені очікування.

«Чутка-страховище» викликає негативні настрої і стани, стимулює посилення відчуття страху. Такі чутки часто виникають в періоди соціальної напруги або гострого конфлікту (стихійне лихо, війна, революційна ситуація, державний переворот), їх сюжети варіюються від просто песимістичних до відверто панічних. Основні функції цього виду чутки: а) залякування населення з метою схиляння до певної поведінки; б) активізація і мобілізація на протидію викликам та загрозам.

«Агресивна чутка» стимулює не лише негативні настрої, а й формує агресивний стан та направляє, каналізує агресивну дію у потрібному для маніпулятора напрямі. Основна мета – провокування агресивної поведінки.

Причини виникнення та циркулювання політичних чуток:

1. Недостатня кількість інформації з питань, які зачіпають інтереси людей.

2. Брак автентичності між інформацією з офіційних джерел і каналів масової комунікації.

3. Кризова, проблемна, конфліктна, динамічна ситуація, що стимулює невизначеність.

4. Тривала затримка в ухваленні рішень, яка трапляється у зв’язку з важливістю питання.

5. Цілеспрямоване «зливання» інформації.

6. Спроби відволікання уваги громадськості на обговорення другорядних питань.

7. Необхідність ретрансляції правдивої інформації через канал чутки у зв’язку з неможливістю її оприлюднення через офіційні канали.

8. Протидія якому-небудь інформаційному повідомленню або іншій чутці, тобто створення контрчутки.

9. Природна схильність людини до обговорення (фактично до публічного осмислення) актуальних питань, доступна інформація про які не дозволяє на даний момент зробити чітких висновків.

10. Бажання самоствердження, завоювання авторитету шляхом демонстрації своєї поінформованості, переваги у володінні інформацією.

Профілактика – це спосіб уникнення «чуткоутворюючої» ситуації. Основними засобами цієї форми боротьби з чутками є:

* уникнення шляхом політичних компромісів конфліктних ситуацій у суспільстві,
* ескалації настроїв страху, тривоги, невизначеності;
* своєчасне, систематичне, достовірне, авторитетне інформування суспільства з актуальних питань;
* налагодження системи стійкого зворотного зв’язку від аудиторії до джерела інформації, систематичне підтвердження його існування корекцією офіційної політики;
* підтримка ефективного керівництва на всіх рівнях;
* адекватне і своєчасне реагування на потреби і запити людей;
* створення такого емоційного середовища, яке виключало б можливість розповсюдження чуток, навіть у тому випадку, якщо вони провокуються навмисно.