

УДК: 159.9:32

Попович Я.М.¹, Кисельов Д.М.²

¹ канд. філос. наук, доц. НУ Запорізька політехніка»

² студ. гр. Ю-218 НУ Запорізька політехніка

МАНІПУЛЯЦІЯ ЯК ТИП СОЦІАЛЬНОГО ВПЛИВУ У ПОЛІТИЧНІЙ КАМПАНІЇ

Людська поведінка завжди перебуває під впливом інших людей і в принципі, захиститись від цього впливу не можливо. Людина виникає й існує тільки у взаємодії з людьми. Однією з головних ознак сучасності, доби падіння низки тоталітарних та авторитарних режимів є заміна примусу та страху, як способу досягти бажаного результату на маніпуляції. На сьогодні важко уявити собі будь-яку політичну кампанію без застосування маніпулятивних технологій. Виборчі процеси, легітимація політичної влади, прийняття політичних рішень загальнодержавного значення та політичні кампанії будь-яких інших форматів плануються та реалізуються за допомогою маніпулятивних технологій. Нині, враховуючи значне поширення та вплив соціальних мереж, маніпулятивні технології сягають нових меж впливу.

Маніпулятивні технології вивчаються у психологічній, політологічній, соціально-філософській та лінгвістичній площині.

Зосередимо нашу увагу на політичній маніпуляції. Політологічний підхід базується на розумінні маніпуляції як невід'ємної частини політики, власне, розглядає маніпуляції та маніпулятивні технології у політичному контексті. Нерідко представники політологічного підходу оцінюють маніпуляції та маніпулятивні технології як такі, що спотворюють волю громадян та вводять їх у оману.

Представник політологічного підходу С. Кара-Мурза наводить робочу дефініцію оксфордського словника, який визначає маніпуляцію як «акт впливу на людей або управління ними зі спритністю, особливо зі зневажливим підтекстом, як приховане управління або обробка» [2, с. 12]. Також маніпуляцію можна визначити як різновид духовного та психологічного панування, оскільки об'єктом впливу є психічні структури особистості та дух. С. Кара-Мурза наводить точку зору одного з піонерів дослідження маніпуляцій – німецького соціолога Герберта Франке. За визначенням Г. Франке: «Під маніпулюванням у більшості випадків слід розуміти психічний вплив, який здійснюється таємно, а відповідно, і у збиток тим особам, на яких він скерований. Простішим прикладом тому може бути реклама» [2, с. 12]. Не менш загальноживимим поняттям разом з маніпулятивними технологіями є пропаганда.

На думку відомого психолога, Макса Вертхаймера, «пропаганда прагне перешкодити людям мислити та діяти у якості особистостей, володіючих правами; вона маніпулює забобонами та емоціями, щоб нав'язати аудиторії волю пропагандиста. Просвітництво, навпроти, повинно забезпечувати людей вміннями та навичками, необхідними для того, щоб стояти на власних ногах і приймати власні рішення; воно повинно заохочувати критичне мислення» [1].

Враховуючи все вищезазначене, можемо констатувати, що маніпулятивні технології в політичних кампаніях розуміються як система послідовних дій, скерованих на досягнення прихованої політичної мети за допомогою низки повідомлень, мотивуючих об'єкт до потрібних маніпулятору дій, які не завжди співпадають з реальними інтересами об'єкту.

Таким чином, політична кампанія як спланована система заходів включає в себе різні види агітації, пропаганди та переконання цільової аудиторії. Одним з таких специфічних видів досягнення поставленої мети є маніпулятивний тип соціального впливу, який виконує низку ключових функцій для досягнення політичною кампанією поставленої мети у відповідні терміни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аронсон Э., Пратканис Э. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление./ Э. Аронсон, Э. Пратканис – СПб.: Прайм-Еврознак, М.: Олма-Пресс, 2002. 384 с.

2. Канетти Э. Маса и власть. URL: <http://lib.ru/POLITOLOG/KANETTI/power.txt>