

ПОЛІТИЧНЕ МАНІПУЛЮВАННЯ В КОНТЕКСТІ ВИБОРЧОЇ КАМПАНІЇ В УКРАЇНІ 2012 р.

У рамках статті розглядається, як за допомогою преси, телебачення будуються політичні маніпуляції, які орієнтують населення на потрібні соціально-політичні установки, контролюють протидію, дають фактам потрібну оцінку, впроваджують певні цінності і ідеали.

Ключові слова: політичні маніпуляції, громадська думка.

Думки Е. Фрома про те, що в кібернетичну еру особа все більше і більше схильна до маніпуляції. Робота, споживання, дозвілля людини маніпулюються за допомогою реклами і ідеологій, а людина втрачає свою активну, відповідальну роль в соціальному процесі; стає повністю «відрегульованим» і навчається тому, що будь-яка поведінка, дія, думка або почуття, яке не укладається в загальний план, створює йому великі незручності, якнайкраще підтверджується нинішній ситуації, що склалася в Україні напередодні парламентських виборів 2012 року.

Дещо з історії. Проблема взаємин влади і суспільства хвилювала людство з найдавніших часів. Відколи почали зароджуватися найпримітивніші форми соціальної організації, люди стали поділяються на керованих і керуючих. Фактично терміном «політика» почали визначати науку управління людьми. Платон у своєму ідеалістичному визначенні політики вважав, що державі як управлінській структурі мають бути властиві правдивість, рішуче неприйняття будь-якої брехні, ненависть до неї і любов до істини. З іншого боку, видатний політик ХХ ст. Уїнстон Черчилль цинічно говорив, що політика — це уміння «передбачати і передбачити події, а потім грамотно пояснити, чому цього не сталося». Ці полярні точки зору, очевидно, означають поле громадських дискусій про владу.

Коли в Україні на рубежі 1980-90-х сталися революційні за масштабом політичні і соціальні зміни, перетворивши її на демократичну ринкову країну, змінився механізм формування владних еліт. Тепер головним способом для приходу до влади різних громадських сил і конкретних осіб, а також зміни влади і ротації еліт

стали загальні, прямі, рівні і таємні вибори. Саме шляхом всенародного голосування обирається Президент України, Верховна Рада, показна влада на місцевих рівнях. Обирати і бути обраним формально має право кожен громадянин України (окрім випадків, передбачених чинним законодавством).

Головною причиною успіху громадського руху, партії або конкретного кандидата на виборах є їх рейтинг, тобто популярність. Тому особливе значення придбаває формування претендентами на владу потрібної їм громадської думки. Частенько способи впливу на нього випадають з наявного правового поля і представляють серйозну небезпеку. Тому і виникає необхідність аналізу і розуміння механізмів функціонування систем політичної маніпуляції в Україні. Дослідження існуючих систем політичного маніпулювання неможливе без оцінки міри участі народу у формуванні владних еліт (тобто рівня дійсної, а не формальної демократичності сучасної політичної системи України), аналізу реальних і можливих зловживань суб'єктів політичного процесу, нових викликів суспільству, які готує подальша лібералізація за західним зразком.

Предметом дослідження стали найбільші виборчі кампанії, що відбулися в Україні, починаючи з 1990 аж до 2012 року (вибори Президента, Верховної Ради), оскільки саме на прикладі загальнонародних виборів добре видно політичний процес в частині маніпулювання громадською думкою, результати якої видно за підсумками цих електоральних циклів. Для досягнення вказаної мети в роботі послідовно ставляться і вирішуються такі завдання:

- виявлення основних зловживань при формуванні громадської думки в період виборів;

- дослідження тактичних прийомів, що застосовувалися політтехнологами в найбільш масштабних виборчих кампаніях останніх років;

- виявлення механізмів впровадження в колективну свідомість певних соціально-політичних установок;

- позначення небезпек, якими багата наслідками система політичного маніпулювання, що постійно розвивається, вказівка на те, що ця система все швидше дрейфує у бік інформаційно-маніпулятивного тоталітаризму.

Отже, ми живемо в епоху, коли управління масовою свідомістю здійснюється повсякденно і за допомогою різних маніпуляційних технологій. Одним із перших цієї проблематику зацікавився французький дослідник Гюстав Ле Бон, який зосередив увагу на відмінності поведінки людини «масової» від людини «індивідуальної».

Теоретичною основою роботи є вивчені праці видних вітчизняних і зарубіжних дослідників механізмів маніпуляції людською свідомістю і електоральних процесів від психологів до політтехнологів. Серед них — Д. Узнадзе, Ю. Шерковин, У. Ліппман, А. Цуладзе, Е. Доценко, Г. Почепцов, С. Кара-Мурза, Е. Кассирер, Е. Єгорова, С. Лісовський, Е. Фромм, С. Московичі, Же. Сегела, Ф. Алексеров, В. Амелін, В. Бебик, Д. Видрин, А. Зимичев та ін. Багато матеріалів належать до маловідомих широкій публіці. Також автором використано ряд нормативних актів України і матеріали мережі Інтернет.

Такі терміни, як політична реклама, політичний маркетинг, PR, передвиборна агітація і т. ін. і самі по собі, і в співвідношенні один з одним вимагають чіткого формулювання. Проте усі ці визначення, в застосуванні яких звичайні безладдя і плутанина, лише елементи загальної системи політичного маніпулювання, і визначення цього поняття найбільш важливе для розрізнення усього іншого. Маніпулювання, тобто приховане управління, є присутнім за будь-якої взаємодії між людьми.

Політичне маніпулювання — поняття, що охоплює рекламу, PR, взагалі усі засоби, що виражають у людини стійкі соціально-політичні уявлення і спонукаючи її до тієї або іншої політичної діяльності (в основному — до підтримки одних фігур і неприйняття інших). Політологи-макіавеллісти (потрібно помітити, що на висновках Ніколо Макіавеллі базуються багато принципів управління як авторитарних, так і демократичних сучасних держав) вважають, що політика і є мистецтвом маніпулювання людьми.

Політичне маніпулювання (далі в роботі — ПМ) — це приховане управління політичною свідомістю і поведінкою людей з метою змусити їх діяти або не діяти в інтересах маніпуляторів, нав'язування волі маніпулятора що маніпулює у формі прихованої дії. Зазвичай поняттю маніпуляції надається негативний відтінок. Ми намагатимемося уникнути такої оцінки і поставитися до феномена політичного маніпулювання спокійніше, адже маніпулювання в тих або інших формах є присутнім в будь-якому суспільстві, починаючи з прадавніх і закінчуючи усіма сучасними. З цим доводиться рахуватися. «Маніпуляції бувають потрібні і корисні, — пише А. Цуладзе. — Проте, де та грань, за якою закінчується корисна дія маніпуляцій? На це питання доки відповіді не знайдено» [1]. Очевидно, що феномен маніпуляції заслуговує на найсерйозніше вивчення.

Деякі риси і принципи політичного маніпулювання

Для всякого маніпулювання характерна деяка закритість, ілюзія, невидимий механізм, психологічна дія на свідомість з метою

формування тих або інших переконань або переваг. С. Кара-Мурза в книзі «Маніпуляція свідомістю» приводить декілька визначень маніпуляції, зроблених різними ученими. За Г. Франке, це «психічна дія, яка виробляється таємно, а отже, і в збиток тим особам, на яких воно спрямоване». Як вважає Г. Шиллер, «успіх маніпуляції гарантований, коли той, що маніпулює, вірить, що усе відбувається природно і неминуче. Коротше кажучи, для маніпуляції потрібна фальшива дійсність, в якій її присутність не відчуватиметься». Борецький пише: «Під пропагандистською маніпуляцією слід розуміти послідовно і цілеспрямовано здійснюване управління масовою свідомістю (а через нього в результаті — і поведінкою), звернене переважно до ірраціональної сфери сприйняття, таке, що спирається на навіювання і ставить своїм завданням запобігання соціальним конфліктам. Чи, коротше: умисне відхилення масової свідомості від реальної дійсності» [2].

Пояснимо суть маніпуляції на прикладі простого арифметичного фокусу. Людині пропонується вибрати будь-яке двозначне число (не називаючи його вголос), скласти кожну з двох цифр, що створюють це число, і відняти цю суму з вибраного числа (нехай той, хто читає ці рядки, виконає те ж саме). Якщо число, що вийшло в результаті, — двозначне, то обидві цифри знову складаються. Той, що тепер маніпулює повинен знайти європейську країну на першу букву цифри, що вийшла у нього, і згадати велику тварину на третю букву в назві цієї країни. Зрозуміло, усі ці операції він виконує мовчки. Наприкінці маніпулятор «піддослідного» закінчує фразою: «Носороги в Данії не водяться!» Ефект досягається присутньою у того, що маніпулює, упевненістю в можливості вільного вибору. Він не розуміє, що можливість ця — фіктивна, що яке б число він не вибрав, після декількох операцій воно неминуче перетвориться на число «9». Далі — така ж ілюзія вибору : в Європі на «Д» існує тільки одна країна — Данія, а велика тварина на «Н» для абсолютної більшості — саме носоріг (раз на тисячу зустрічаються оригінали, що називають нарвала). Той, що маніпулює, упевнений в тому, що діяв незалежно, вільно і свідомо, тоді як маніпулятор знав хід його думок — єдиний можливий — наперед. Тут добре видно головний принцип маніпуляції як прихованого управління: створити видимість вільного вибору і свідомого формування переконання, фактично такої можливості не залишаючи [7].

Цілі, завдання, зміст політичного маніпулювання. Мета політичного маніпулювання — отримання, реалізація і збереження влади. На нинішньому етапі життя українського суспільства ці цілі

досягаються шляхом виборів. Успіх на виборах неможливий без значної громадської підтримки (якщо не брати випадки прямої фальсифікації виборчих бюлетенів). Отже, цілі маніпуляторів зводяться до формування у виборців певної думки і спонукання їх підтримати на виборах цю соціальну групу. Маніпулятор повинен вгадати соціальне очікування і запропонувати оптимальний образ кандидата або програму (варіант — переконати в тому, що наявна у кандидата програма і оптимальна). Таким чином, у вузькому розумінні ПМ — це теорія і практика передвиборних технологій і методика проведення виборчих кампаній (широке розуміння ПМ виходить далеко за межі виборчих кампаній). Стратегія отримання влади вимагає рішення таких тактичних завдань, як залучення і утримання уваги, а також формування сприятливого іміджу. Згідно із В. Амелиним, ПМ припускає такі операції:

- впровадження в суспільну свідомість під виглядом об'єктивної інформації бажаного для деякої групи змісту;

- дія на больові точки суспільної свідомості, що збуджують страх, тривогу, ненависть і т. ін.;

- реалізація декларованих і приховуваних задумів, досягнення яких маніпулятор зв'язує з підтримкою громадською думкою своєї позиції [3].

Відмітимо, що перший пункт відноситься до завдань, другий — до методів, третій — до цілей ПМ. Для успішного вирішення завдань і досягнення цілей існують засоби ПМ, які називаються політичними технологіями (їх ядро — виборчі методики, використовувані в період передвиборних кампаній). Засоби ПМ можна класифікувати за різними критеріями. По сумісності з чинним законодавством вони діляться на ті, що регламентуються законом і що виходять за межі правових норм, за способом дії — на прямі і приховані, за функцією — на PR (підтримка зв'язку з громадськістю), агітацію (заклик до дії) та ін., за формою — на агітаційні, економічні, адміністративні і провокаційні, за змістовною спрямованістю — на рекламу і антирекламу, за рівнем дії — на міжособові, групові і масові, за інформаційними носіями — на друкарські, електронні, зовнішні тощо.

Усі засоби ПМ ґрунтуються на створенні і впровадженні в масову свідомість соціальних міфів, таких ідей, що утверджують інтереси маніпуляторів і що приймаються більшістю на віру, без серйозного осмислення. Може здатися, що епоха сліпої віри в міфи давно пішла в минуле, але щоденна політична практика показує, що це є таким. Як пише Е. Кассирер, «якщо сучасна людина більше не вірить в натуральну магію, то вона, без сумніву, сповідує деякий сорт «магії

соціальною» [4]. Нові політичні міфи створюються за таким же планом, відповідно до особистої і соціальної психології людей і цілей маніпуляторів. Е. Фромм доводив, що ПМ позбавляє людину здатності скласти цілісну картину світу, підміняє її абстрактною мозаїкою з тенденційності пов'язаних між собою фактів [5]. На думку М. Лернера, у людини «виникає повна мішанина понять і ніякого взаємозв'язку подій. Єдина система, в яку вона здатна підставити окремі факти, — це система стереотипів, що вже склалися у неї в голові. Це система, орієнтована головним чином на змагання і боротьбу, де поняття добра і зла приймаються на віру» [6].

Варто відмітити, що ПМ служить не лише для отримання громадської підтримки в період виборів або соціальних катаклізмів, але і для повсякденного управління стабільним суспільством. Незважаючи на те, що демократія є загальноприйнятою функціональною системою управлінського механізму в більшості країн світу, різночитання в законодавчій сфері із цього приводу дуже істотні. Зокрема політична реклама, окрім передвиборної, обмежена в Німеччині і Іспанії. У Франції і Англії, навпаки, обмежена передвиборна (більше того, у Франції за 3 місяці до виборів заборонена будь-яка платна політична реклама, а безкоштовна обмежена).

Передвиборна кампанія 2012 року в Україні, що нам бачиться сьогодні.

За повнотою методів та прийомів дана передвиборча кампанія не поступається кращим зразкам попередніх парламентських перегонів. Хоча доводиться констатувати ряд відмінностей від попередніх кампаній.

Передвиборча стратегія більшості кандидатів побудована на використанні технологій політичного маніпулювання. Однак, незважаючи на широкий спектр методів смороду принципово схожими в більшості кандидатів. Складається враження, що політтехнологи дійшли висновку, що набагато ефективніше не виходити за межі усталених стереотипів, а підкреслювати перевагу власного кандидата розміщенням значніших обсягів реклами і вибиваючи ґрунт з-під ніг опонентів його ж методами.

Як приклад подаємо неповний перелік технологій політичного маніпулювання, які використовуються сьогодні:

- поява бігбордів різних кандидатів із принципово схожими знаковими повідомленнями. Відмінність полягала тільки в тому, який із заходів справді потрібен в тому чи іншому випадку: розумний, сильний, красивий, який захищатиме інтереси людей тощо (Партії

регіонів, як герої пісні «команда молодости нашей...»). У даному випадку виявом політичного маніпулювання є посилання на знакові слова, які відображають «Коллективні архетипи несвідомого» з метою сформуванню позитивне сприйняття кандидата у потенційного виборця;

- маніпулювання рейтингами соціологічних опитувань. Цей вид маніпулювання є найбільш поширеним. Адже більшість людей не хочуть, щоб їх голос пропавши, тому сморід, як правило підтримують прохідні партії надаючи їм перевагу, навіть перед тими, яким справді симпатизують. Даний принцип був вивчений німецькою дослідницею Е. Ноель-Нойман. Згодом він майстерно використовувався потенційними фаворитами передвиборчих перегонів, які закликали зробити правильний вибір і підтримати прохідну політичну силу. У свою чергу, кандидати із низьким рейтингом шляхом замовлених соціологічних опитувань роздували власний рейтинг, щоб вийти за межі дії даного принципу;

- маніпулювання виборцями шляхом загравання соціальними обіцянками. Найефективніше це виходило, мабуть, в команди Партії регіонів, зважаючи на їхній попередній досвід та адміністративний ресурс. Хоча інші політичні сили теж не соромляться кидати популістські гасла;

- боротьба із забудовниками. Більшість політичних сил вирішили нарешті навести лад із забудовниками, пікетуючи будівельні майданчики, подаючи судові поклики. У переважній більшості акції носили показовий характер і будівництво або не зупинилося взагалі або призупинилося до закінчення виборів;

- принцип «Перенесення зневаги». Конкурент «ловиться» на тому, як у тій або іншій формі виявляє зневагу до виборців (на невідповідальній зустрічі, перед невеликою аудиторією, у випадковому негарному епізоді);

- висміювання. Висока ефективність методу висміювання пов'язана з його впливом на сферу слабо усвідомлюваних психічних явищ, що знижує дієвість психологічного захисту особистості (класичні приклади на програмі Савіка Шустера);

- маніпуляція шляхом поширення контрагітаційних матеріалів. Витяги із звіту Freedom House «Свобода мережі - 2012. Світова оцінка Інтернету і цифрових медіа» наводяться на сайті tyzhden.ua. Дослідження охопило 47 країн світу. І хоча Україна отримала кращі оцінки по свободі Інтернету і ІНТЕРНЕТ — ЗМІ серед пострадянських країн, вона одночасно(разом з Білорусією, Бахреїном, Китаєм, Кубою, Єгиптом, Росією, Сирією, Саудівською Аравією і Венесуелою) увійшла до групи країн, де наближені до уряду проплачені

коментатори маніпулюють і направляють дискусії в Інтернеті в потрібне русло», — вказується в звіті [7].

Наведений в статті перелік випадків маніпуляцій свідомістю, що використовуються на сучасних парламентських виборах, далеко не є вичерпним. Можна стверджувати, що такий бій маніпуляційних технологій, що є на виборах, багато в чому сприяє різкому поділу громадян згідно їх поглядів на політичні процеси в країні.

Висновки

З вищенаведених прикладів ми переконуємося в тому, що в Україні не працюють демократичні механізми, які б захищали медіа та громадян від політичного маніпулювання. Починаючи з перших років незалежності і дотепер політичним маніпулюванням зловживала діюча влада і воно носило та носить адміністративний характер. Головним чинником стає оплачене «замовлення» зацікавленого суб'єкта на використання технологій політичного маніпулювання.

Сьогодні феномен політичного маніпулювання є широко досліджуваною проблемою з боку як зарубіжних, так і вітчизняних науковців. Всі науковці сходяться на тому, що політичне маніпулювання є вагомим мотиваційною силою в сучасному світі.

Проаналізувавши результати досліджень, можна зробити узагальнення, що політичне маніпулювання є негативним чинником, який значною мірою впливає на суспільні і міжлюдські взаємини. Маніпулювання здебільшого носить прихований характер. Політичне маніпулювання дає людині відчуття реальності і впевненості у правильності своїх вчинків, які вдало регулюються маніпулятором. Іншими словами, завдяки маніпулюванню людині подається ілюзія реальності, за яку вона тримається як за рятувальну соломину.

Проблема політичного маніпулювання загострюється у зв'язку з тим, що сучасний світ рухається шляхом подальшого ускладнення, тобто з'являються нові інформаційні технології, що у свою чергу призводить до збільшення кількості інформаційних потоків і нових знань. Окрема людина, якою б вона не була геніальною, більше не в змозі розібратися в цьому інформаційному потоці нових знань. Не говорячи вже про звичайних людей, яких значна кількість інформації тільки заплує і обтяжує. Саме тому сморід найбільш і підпадає під дію політичного маніпулювання.

Політичне маніпулювання використовується як в тоталітарних так і демократичних державах. Більше того, у тоталітарних державах усе простіше. Там є цензура і єдина ідеологія. Тому громадянам подається тільки та інформація, яка є вигідною для політичної еліти. У демократичних державах маніпулювання носить більш витончений

характер. Там використовується інформація, яка подається таким чином, що більшість людей усе ж таки підпадають під вплив політичного маніпулювання.

Література

1. Цуладзе А. Политические манипуляции, или покорение толпы / А.Цуладзе. — М., 1999.
2. Борецкий Р. В бермудском треугольнике ТВ / Р. Борецкий. — М., 1998.
3. Амелин В. Социология политики / В. Амелин. — М., 1992.
4. Кассирер Э. Техника современных политических мифов / Э. Кассирер // Вестник МГУ. — Сер. 7 (философия). — 1990. — № 2.
5. Фромм Э. Бегство от свободы / Э. Фромм. — Минск, 1998.
6. Лернер М. Развитие цивилизации в Америке / М. Лернер. — М., 1992.
7. <http://uinform.net/u-ukrayini-vladi-manipulyuyut-informatsiyeyu-v-interneti-zvit-freedom-house/>

В рамках статьи рассматриваются как при помощи прессы и телевидения строятся политические манипуляции, которые ориентируют население на нужные социально-политические установки, контролируют противодействие, дают фактам нужную оценку, внедряют определённые ценности и идеалы.

Ключевые слова: политические манипуляции, общественное мнение.

Within the framework of the article examined as through the press and especially television political manipulations, which orient a population on necessary socio-political options, control counteraction, give a necessary estimation to the facts, are built, inculcate certain values and ideals.

Key words: political manipulations, public opinion.

Проскуріна Олена Олександрівна — професор кафедри політології та правознавства Луганського національного університету імені Тараса Шевченка, доктор політичних наук.

Рецензент: проф. Бебик В. М.