

ною політичної науки. Поєднавши в собі як соціальні поняття так і ввівши в науковий обіг нові категорії.

На сьогоднішній день, політичний конфлікт є однією з найпопулярніших тем не лише в вітчизняній літературі, а й в зарубіжних дослідженнях. Кожного року в світі виникає безліч політичних конфліктів, які на жаль, мають і руйнівний характер, не лише для держави, але й для людського життя. Тому виникають нові технології для врегулювання політичних конфліктів, створюються сучасні стратегії вирішення політичних конфліктів.

Слід відзначити, що політичний конфлікт, це не соціальний процес, на чому акцентують увагу певні науковці, це суто політичний процес, який поєднує, врегулює, досліджує конфліктні ситуації в політичному житті держави, чим і займається наука політична конфліктологія.

#### Список використаних джерел

1. Боулдинг К. Общая теория систем – скелет науки // Исследования по общей теории систем. – М., 1956. – С. 197–208.
2. Брукан С. Плюрализм и социальные конфликты: Социально–исторический анализ социалистического общества / пер. с англ. – М., 1990. – 253 с.
3. Глухова А. В. Политические конфликты: основания, типология, динамика (теоретико–методологический анализ). – М.: Эдиториал УРСС, 2000. – 170 с.
4. Даль Р. Современный политический анализ // Актуальные проблемы современной зарубежной политической науки. РеФ. сб. – М., 1991. – Вып. 2. – С. 178–185.
5. Дарендорф Р. От социального государства к цивилизованному сообществу // Политически исследования. – 1993. – № 3. – С. 54–67.
6. Дарендорф Р. Элементы теории социального конфликта // Социс. – 1994. – № 5. – С. 112–122.
7. Дарендорф Р. Современный социальный конфликт. Очерк политики свободы / Пер. с нем. – М., 2002.
8. Дойч М., Шикман С. Конфликт: социально–психологическая перспектива // Современный конфликт: современные исследования. – М., 1991. – 73 с.
9. Дойч М. Разрешение конфликта. Конструктивные и деструктивные процессы // Социально–политический журнал. – 1997. – № 1. – С. 32–47.
10. Дюверже М. Идея политики. Применение силы (власти) в обществе. – Лондон, 1978. – 311 с.
11. Козер Л., Функции социального конфликта // Социальный конфликт современные исследования. – М., 1991. – С. 82–152.
12. Лебедева М. М. Трудный путь урегулирования конфликтов // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология–политология. – 1996. – № 2. – С. 54–59.

#### References

1. Boulding K. Obshhaja teorija sistem – skelet nauki // Issledovanija po obshhej teorii sistem. – M., 1956. – S. 197–208.
2. Brukan S. Pljuralizm i social'nye konflikty: Social'no–istoricheskij analiz socialisticheskogo obshhestva / per. s angl. – M., 1990. – 253 s.
3. Gluhova A.V. Politicheskie konflikty: osnovanija, tipologija, dinamika (teoretiko–metodologicheskij analiz). – M.: Jeditorial URSS, 2000. – 170 s.
4. Dal' R. Sovremennij politicheskij analiz // Aktual'nye problemy sovremennoj zarubezhnoj politicheskoi nauki. Ref. sb. – M., 1991. – Vyp. 2. – S. 178–185.
5. Darendorf R. Ot social'nogo gosudarstva k civilizovanomu soobshhestvu // Politicheski issledovanija. – 1993. – № 3. – S. 54–67.
6. Darendorf R. Jelementy teorii social'nogo konflikta // Socis. – 1994. – № 5. – S. 112–122.
7. Darendorf R. Sovremennij social'nyj konflikt. Oчерk politiki svobody / Per. s nem. – M., 2002.
8. Dojch M., Shikman S. Konflikt: social'no–psihologicheskaja perspektiva // Sovremennij konflikt: sovremennye issledovanija. – M., 1991. – 73 s.
9. Dojch M. Razreshenie konflikta. Konstruktivnye i destruktivnye processy // Social'no–politicheskij zhurnal. – 1997. – № 1. – S. 32–47.

10. Djuverzhe M. Ideja politiki. Primenenie sily (vlasti) v obshhestve. – London, 1978. – 311 s.

11. Kozer L., Funkcii social'nogo konflikta // Social'nyj konflikt sovremennye issledovanija. – M., 1991. – S. 82–152.

12. Lebedeva M.M. Trudnyj put' uregulirovanija konfliktov // Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 18: Sociologija i politologija. – 1996. – № 2. – S. 54–59.

*Likarchuk D.S., graduate, Kiev National University Taras Shevchenko (Ukraine, Kiev), dashauk8899@gmail.com*

#### Features of the conflict in the political sphere

*For many years the conflict, regardless of their cell of origin, considered a social phenomenon. To date, the point of view of scientists are divided, some appeal to the idea that political conflict is problematic – sociologists. Other scholars distinguish political conflict – as an object of study independent science. This paper analyzes the key provisions of the conflict in the political sphere, which became independent from social processes. Singled out the issue of political conflict and differing concepts such as “social conflict”, “conflict of law”, “political conflict”.*

**Keywords:** political conflict, the political sphere, the political world, the object of political conflict, political, market, legal conflict.

*Ликарчук Д. С., аспирантка, Киевский национальный университет им. Тараса Шевченко (Украина, Киев), dashauk8899@gmail.com*

#### Особенности конфликта в политической сфере

*На протяжении многих лет конфликт, независимо от своей ячейки зарождения, считался социальным явлением. На сегодняшний день точки зрения ученых разделились, одни апеллируют к мнению, что политический конфликт является проблематикой – социологов. Другие ученые выделяют политический конфликт – как объект исследования самостоятельной науки. В статье анализируются основные положения конфликта в политической сфере, которая стала независимой от социальных процессов. Выделяется предмет политического конфликта, и различаются понятия, как “социальный конфликт”, “юридический конфликт”, “политический конфликт”.*

**Ключевые слова:** политический конфликт, политическая сфера, политический мир, предмет политического конфликта, политический рынок, юридический конфликт.

\* \* \*

УДК 327.2

**Макаренко Л. П.**

кандидат політичних наук, доцент,  
доцент кафедри суспільних і політичних наук,  
Київський університет управління і підприємництва  
(Україна, Київ), liliya876@mail.ru

#### СУТНІСТЬ, РОЛЬ ТА ОСНОВНІ ПРИЙОМИ ПОЛІТИЧНОЇ ПРОПАГАНДИ

*Досліджується сутність, роль та основні прийоми пропагандистського типу комунікації. Актуальність питань пояснюється тим, що сьогодні став цілком очевидним збиток для держави від недооцінки ролі пропаганди як способу єднання суспільства та зброї проти ворожого інформаційного впливу. Інформаційною безпекою держави нехтувалося протягом багатьох років. Концепція, відповідно до якої Україні нікого боятися виявилася помилковою. Отож, наразі необхідно згадати, що таке пропаганда, з'ясувати її недоліки і переваги, та використовувати ту саму зброю, якою користуються наші супротивники. Акцентується на тому, що пропаганда не обов'язково є формою розповсюдження вузькогрупових і упереджених позицій. Вона може бути і позитивним інформаційним процесом, який доносить людям потрібну їм інформацію, розповсюджує демократичні принципи, цінності цілісності, єдності суспільства, патріотизму. В політиці нерідко бувають випадки, коли доцільно не враховувати інформаційні потреби масового реципієнта. У подібних випадках застосування пропагандистських технологій цілком доречно і конструктивно.*

**Ключові слова:** пропаганда, маніпуляція, інформаційний вплив, пропагандистські прийоми.

Сьогодні став цілком очевидним збиток для держави від недооцінки ролі пропаганди як способу єднання суспільства та зброї проти ворожого інформаційного впливу. Інформаційною безпекою держави нехтувалося протягом багатьох років. Концепція, відповідно до якої Україні нікого боятися виявилася помилковою. Отож, наразі необхідно згадати, що таке пропаганда, з'ясувати її недоліки і переваги, та зрозуміти чи може вона зараз

допомогти у виправленні минулих помилок та згуртувати суспільство.

Політична пропаганда представляє собою основну форму односторонньої і монологічної організації інформаційних потоків у сфері влади, яка формується без врахування думок реципієнта і на основі негативного ставлення комунікатора до альтернативних ідей і позицій. Хоча даний тип комунікації склався практично одночасно з формуванням політичного простору, відповідний термін з'явився лише на початку XVII ст. Однак, незважаючи на настільки давнє походження цього поняття, досі не склалося однозначної оцінки сутності даного способу організації політичного дискурсу. Здебільшого пропаганду асоціюють з авторитарним диктаторським режимом, і вважають такою формою комунікації, що задовольняє потребу режиму в маніпулятивному контролі над суспільною свідомістю.

Загальні проблеми історії та методології пропаганди ґрунтовно дослідив француз Ж. Еллюль. Американець А. Едельштейн вивчав пропаганду в контексті її еволюції, а тому говорив, що нині настала ера нової пропаганди, позаяк розширилася аудиторія й ускладнилася структура повідомлень. Е. Роджерс визначає пропаганду через поняття масового переконання (masspersuasion), наголошуючи на присутності в звичайному варіанті переконання потужного інтерактивного компонента. Г. Джовітт і В. О'Донелл взагалі пропонують відокремити пропаганду і просто комунікацію. Мотивується такий підхід тим, що пропаганда не враховує інтереси споживача інформації, як це відбувається у процесі комунікації. Ось їх думка: "Пропаганда – це обдумане і систематичне зусилля, спрямоване на досягнення реакції, яка б відповідала намірам пропагандиста. Дж. Джовітт і В. О'Донелл запропонували аналізувати пропаганду за такими 10 параметрами: 1) Ідеологія та цілі пропагандистської кампанії. 2) Контекст, в якому відбувається пропаганда. 3) Ідентифікація пропагандиста. 4) Структура пропагандистської організації. 5) Цільові аудиторії. 6) Медіа-техніки. 7) Спеціальні техніки впливу. 8) Реакція аудиторії на різні техніки. 9) Контр-пропаганда. 10) Результати та оцінка [14].

На думку Дж. Брауна, пропагандистська модель комунікації передбачає: 1) Активізацію уваги і створення інтересу до події, доктрини, особистості. 2) Емоційну стимуляцію. 3) Демонстрацію шляхів зняття напруги.

Сем Блек вважає, що: "В пропаганді не завжди враховуються етичні аспекти, це слово сьогодні використовується в основному для того, щоб пояснити ті види переконань, що засновуються виключно на особистій вигоді, і в яких для досягнення цілей необхідно спотворити факти або навіть фальсифікувати їх.

Макс Кукас стверджує: "Пропаганда пропонує готові рішення бездумному стаду".

Едвард Бернейс: "Пропаганда – послідовна, стійка кампанія, що представляє ідею, або групу ідей".

Гарольд Лассуелл: "Пропаганда – постачання масовій аудиторії добре обдуманих односторонніх визначень". Вчений вивчав застосування пропаганди в першій світовій війні. Саме йому належать перші праці в галузі контент-аналізу. Під час Другої світової війни він проводив контент-аналіз пропагандистських повідомлень як з боку союзників, так і з боку противників.

Він підготував 60 працівників, що робили контент-аналіз 39 іноземних газет.

Герберт Блумер: "Особливість пропаганди полягає в тому, щоб досягнути мети (змусити людей прийняти точку зору, ставлення або цінності, що нав'язуються). Вона не дає можливості висловлювати протилежні думки. Мета пропаганди – головне і вона виправдовує засоби. Основним моментом у прагненні нав'язати думку стають не переваги самої думки, а звернення до інших мотивів" [7, с.36–38].

У 1937 році в Бостоні було створено Інститут аналізу пропаганди, що видав книгу під назвою "Мистецтво пропаганди". У цій праці дослідники виділили 7 основних пропагандистських прийомів:

1. Обзивання (формування образу ворога).
2. Словесна позолота (пафосна характеристика себе).
3. Пересмикування уваги (відведення від нагальних проблем).
4. Свідчення авторитетних людей (підкріплення власної позиції устами визнаних авторитетів).
5. Шулерство, підтасовування фактів (підміна понять, брехня).
6. Усі розумні люди так думають (узагальнення) [10].

Серед вітчизняних політологів до проблеми визначення категорії "політична пропаганда" зверталися такі як В. Бебик, Б. Кухта, І. Слісаренко, Г. Почепцов. Співвідношенням політичної пропаганди та політичної мови продуктивно займалися М. Дмитрієнко, Л. Масенко, В. Петренко, В. Ткаченко.

Раціонально оцінюючи різні теоретичні підходи, слід, перш за все, висвітлити три основні риси пропагандистського типу комунікації:

- цілеспрямоване поширення інформації,
- ігнорування інтересів реципієнта,
- неприйняття позицій опонентів.

Перші два параметри не можуть мати тільки позитивну або негативну оцінку. Надання інформаційному потоку цілеспрямованої форми відображає характер самої політичної діяльності. У цьому сенсі пропаганда є способом інформаційного забезпечення цілей актора, тим механізмом та інструментом, який здатний концентрувати і оформляти його політичні зусилля. Вона може як сприяти реалізації конструктивного для суспільства політичного проекту, так і спрямувати його на край руйнівний шлях розвитку. Таким чином, від цілей комунікатора залежить якість інформації, а отже, і тип пропаганди. Як писав Л. Дж. Мартін, вона являє собою "акт переконання за допомогою інформації". Пропаганда не обов'язково є формою розповсюдження виключно корпоративних і упереджених позицій. Вона може бути і позитивним інформаційним процесом, який доносить людям потрібну їм інформацію, розповсюджує демократичні принципи, цінності цілісності, єдності суспільства, патріотизму. Звичайно, якщо навіть в ім'я благих цілей масованою пропагандою займається політичний режим і стає при цьому єдиним джерелом інформації, то пропаганда набуває негативного характеру. Як відомо, саме тоталітарні системи, побудовані на інформаційній монополії, дали найбільш негативні приклади придушення політичних та соціальних свобод громадян. Все сказане не заперечує того, що найглибшим джерелом пропаганди є необхідність безперервного розповсюдження цінностей і цілей, що забезпечують

позиціонування політичного актора в просторі влади. Точніше, необхідність безперервного поширення інформації про власні цілі, інтереси і взагалі про свою присутність в політичному просторі, що дозволяє різноманітним акторам відокремитися від контрагентів і зайняти в сфері боротьби за владу власну нішу. Пропаганда насамперед покликана позиціонувати становище того чи іншого актора, легітимізувати його політичний статус, а також сприяти зміцненню його владних позицій. Інтенсивність використання пропагандистських методів залежить від того, наскільки критичне становище актора, і на які владні ресурси він претендує. Отже, якщо перед ним стоїть завдання забезпечити своє політичне виживання або заволодіти певними ресурсами, пропаганда стає якщо не єдиною, то основною формою інформаційного забезпечення таких зусиль.

Отже, для характеристики пропаганди важлива оцінка якості ідей, а не сам факт цілеспрямованого поширення інформації.

Також не можна однозначно оцінювати і властивий їй монологічний, односторонній характер інформування. Адже в політичному житті існує безліч ситуацій, коли державі необхідно просто інформувати своїх громадян, не стимулюючи при цьому їх зворотну реакцію, не збуджуючи діалог (в Україні якраз цю необхідність проігнорували). Нерідко, наприклад, при врегулюванні певного конфлікту відсутність інформації в широких соціальних аудиторіях дозволяє зберегти політичну стабільність, запобігає виникненню панічних настроїв. І навпаки, дуже часто, граючи на формальному праві населення знати все, що відбувається, ЗМІ штучно збуджують політичні пристрасті і дестабілізують ситуацію. Іншими словами, в політиці нерідко бувають випадки, коли доцільно не враховувати інформаційні потреби масового реципієнта. У подібних випадках застосування пропагандистських технологій цілком доречно і конструктивно. Інша справа, що такі ситуації виникають не так часто, і тому односторонній характер пропаганди не слід вважати її позитивною характеристикою.

Інакша справа з опозиційним характером пропагандистського типу інформування. Цей настрій на відторгнення точки зору опонентів пронизує пропагандистські конструкції і на етапі формування послань, і в процесі їх поширення.

В контексті політичної боротьби такий критичний настрій майже завжди переростає в спотворення поглядів опонента, замовчування його аргументів, а в ряді випадків призводить до його повного витіснення з інформаційного простору (поведінка Росії по відношенню до нашої держави – яскравий тому приклад). Це означає, що в політичному середовищі, де використовуються пропагандистські способи організації дискурсу, неможливо керуватися правилами дискусії, зваженим відношенням до позиції опонента, її раціональним коментуванням. І чим вагоміші цілі “поставлені на кін”, тим запекліше ведеться ця боротьба. Саме пропагандистські методи та технології надають політиці “брудного” забарвлення. Відсутність нейтральності в пропаганді пов’язана з придушенням точки зору опонента і прямим нав’язуванням реципієнту позиції комунікатора. Як писав у “Майн кампф” А. Гітлер, “функція пропаганди полягає ... зовсім не в тому, щоб ретельно обдумувати і зважувати правоту різних людей. Вона полягає в віді-

ленні однієї правоти, на захист якої ця пропаганда має намір виступити. Її завдання полягає аж ніяк не в об’єктивному дослідженні істини і подальшому викладі цієї істини перед масами з академічною чесністю, оскільки таке дослідження здатне надати перевагу ворогові; її завдання полягає в служінні нашій власній правоті... Як тільки наша власна пропаганда визнає хоча б слабкий проблиск справедливості з іншого боку, закладається основа сумнівів в нашій власній правоті” [12].

Саме у відсутності нейтральності лежить джерело руйнівного впливу пропаганди на інформаційний простір політики. Обмежуючи право людини на інформацію, спотворюючи альтернативні позиції, пропаганда прагне позбавити людину власного бачення ситуації, обмежити її волю, придушити ініціативу, знищити різноманіття інформаційних джерел, які дозволяють сформулювати свою думку.

Найчастіше пропагандистські тексти ґрунтуються на міфологічних та ідеологічних способах відображення світу політики.

Таким чином, пропаганда не зникне з арсеналу комунікативних технологій до тих пір, поки політика не перестане бути способом здобуття публічної влади. Однак її роль може істотно змінюватися в залежності від історичної ситуації, характеру влади і навіть розгортання тих чи інших фаз політичного процесу (проведення або відсутності виборів, врегулювання криз і т.д.). Обмежуючи плюралізм політичного дискурсу і сприяючи насадженню авторитарних порядків, пропаганда сама обмежена особливостями політичного ладу.

Якщо вона використовується в рамках демократії, то відчувається вплив громадянського суспільства, що відносно знижує її руйнівну силу. Однак вплив досить великий за підтримки певних політичних проєктів. Іншими словами, якщо громадянське суспільство багате джерел інформації, авлада підтримує свободу думок, при якій громадянські дебати дискусії є механізмом вибору політичних рішень, то інформаційне поле пропаганди стає більш обмеженим.

Основними ознаками політичної пропаганди тоталітарного режиму є максимальна централізація пропагандистської діяльності, чітка регламентація, вироблення стратегії і тактики впливу на державному рівні, заборона всіх альтернативних джерел інформації, ввозу іноземної літератури, глушення зарубіжних радіостанцій тощо.

Для тоталітарної пропаганди характерна примусова участь громадян у масових заходах, наказовість, силовий тиск, відверті маніпуляції. В результаті у тоталітарній державі пропаганда спрацьовує ефективніше, ніж у демократичній. Централізована влада, величезний адміністративний апарат і постійний контроль силових структур дозволяють швидше сформулювати бажані погляди на суспільні проблеми і відповідну політичну поведінку.

Історія показала, що пропаганда не зникає, не здає свої позиції, хіба, що змінюються пропагандистські методи, вони стають більш гнучкими, непомітними.

На сьогодні актуальною є, на превеликий жаль, всеохоплююча, загальна технологія політичного маніпулювання, яка базується, за спостереженнями аналітиків, на систематичному впровадженні в масову свідомість соціально-політичних міфів – ілюзорних ідей, які утве-

рджують визначені цінності і норми без їх раціонального критичного осмислення.

Слід мати на увазі, що ефективна пропаганда спирається на комплексний підхід, вона поєднує в собі кінетичний, оптичний і лінгвістичний аспекти. Пропаганда є динамічним процесом, вона реалізується і діє значною мірою образами, символами, окрім того, пропаганда втілюється за допомогою специфічної мови.

Дослідники переконані, що у ЗМІ поле для маніпулювання людьми концентрується навколо інтерпретуючої групи осіб. Йдеться про те, що у своїй більшості люди не розуміють і не сприймають того, про що їм повідомляють ЗМІ, вони не мають навичок раціонально сприймати й аналізувати повідомлення, не прагнуть цього і навіть інтуїтивно намагаються цьому протидіяти. Тому аудиторія з готовністю сприймає не факти, а їх інтерпретацію, незалежно від того на скільки вона є фаховою та неупередженою.

Говорячи про вплив ЗМІ, можемо з цілковитою упевненістю говорити про маніпуляцію, тобто плив, що приховується. Є. Акімкін висловлює таку думку: все життя людини будується на маніпулюванні, питання лише про його місце та межі. Ми всі “із задоволенням маніпулюємо іншими, але ображаємося, коли маніпулюють нами” [1, с. 73].

Якщо ми хочемо жити у суспільстві, яким можна легко маніпулювати завдяки ЗМІ, то треба лише вдосконалювати механізми маніпулювання. Якщо ж ні – намагатися протистояти ним і вимагати правдиву інформацію. Н. І. Озерова зазначає, що незалежні ЗМІ “чітко повинні розрізняти факти та інтерпретацію цих фактів” [7, с. 204].

Для сучасної української політичної пропаганди, на думку дослідників, найбільш важливими є такі функціональні прийоми маніпулювання: часткова або неповна інформація, постійне повторення інформації, підміна істинної інформації хибною, напівправа, зміщення акцентів, створення асоціацій.

Для створення асоціацій, а отже, й народження нових ідей широко використовуються метафори. Метафора має здатність створювати у свідомості яскравий образ, який є дуже ефективним.

Поетично висловлена думка завжди грала величезну роль у об’єднанні людей та програмуванні їхньої поведінки, ставала воістину матеріальною силою. Метафори, включаючи асоціативне мислення, дають величезну економію інтелектуальних зусиль. Як зазначає С. Кара Мурза, у 1985–х рр. демократи “вкинули” у масову свідомість цілий букет метафор і просто–напросто пригнітили здатність тверезо мислити та оцінювати ситуацію [5].

Не витрачаючи зайвих зусиль, населення почало на чолі зі своїми керманічами “гратися” метафорами: наш загальний європейський дім; архітектор перебудови, багатовікове блукання пустелями бездержавності; стрижень національного єднання; паростки соціального оптимізму; розхищення державного човна;

Цей процес настільки всіх захопив, що надалі увага “пересічних громадян” на маніпулюванні свідомістю та пропаганді ідей завдяки метафоризації не зупинялася. Існує ціла низка кліше, лозунгів, епітетів, коротких, але розпливчастих фраз, за допомогою яких можна по-

відомити будь–яку новину. Створення потрібного повідомлення стає суто інженерною справою.

Отже, функціонування та створення нових масивів метафор – одне з головних завдань ідеологів сьогодення. Метафора, що створює у свідомості яскравий образ, надовго позбавляє людину потреби думати. Чим парадоксальнішою є метафора, тим краще вона діє. Будь–яке пропагування ідей буде ефективним завдяки метафорі, бо вона, за висловом С. Кара Мурзи, “зачаровує та заганяє мислення у вузький коридор, вихід з якого передумовлений маніпулятором” [5, с. 75].

Звідси випливає висновок – метафори як інструмент маніпулювання масовою свідомістю, особливо у періоди кризи суспільної думки, матимуть подальший розвиток.

Крім метафор в процесі пропаганди використовується величезна кількість інших прийомів і технологій маніпулювання свідомістю. Так, О. Бойко вважає, що для впливу на відчуття, сприймання, мислення, пам’ять маніпулятори використовують логічні і психологічні прийоми.

До логічних прийомів він відносить:

1) прийом невизначеності тези: спекуляція на тому, що нечітко сформульована основна теза обговорення дає змогу ініціаторові прийому по–різному інтерпретувати висловлену думку. Ґрунтується на порушенні найважливішого закону формальної логіки–закону тотожності;

2) прийом підміни тези: прихована зміна маніпулятором під час дискусії змісту базової тези обговорення. Ґрунтується на порушенні закону тотожності, відповідно до якого кожна думка, наведена у твердженні, при повторенні повинна мати один і той самий чіткий і сталий зміст;

3) прийом недотримання закону достатньої підстави: спроба довести правомірність тверджень за прихованого порушення таких загальноприйнятих правил аргументації, як достовірність, достатність і несуперечливість.

4) прийом помилкової причинності: штучне вмонтування окремих фактів в уявний причинно–наслідковий зв’язок;

5) прийом подвійних порівнянь: “Цей політик молодший і перспективніший за політика А, до того ж має рейтинг вищий, ніж у політика Б. Як наслідок виникає ілюзія подвійної переваги “цього політика”;

6) прийом хибного узагальнення або перебільшення: а) свідоме допущення маніпулятором логічної помилки–перенесення на об’єкт оцінки, характеристики його частини; б) подання або акцентування поодинокого факту як регулярного явища;

7) прийом хибної конкретизації або звуження: перенесення обґрунтованих висновків щодо цілого на його частини;

8) прийом “перестрибування через подію”: детальне обговорення майбутніх подій з униканням аналізу актуальних проблем сьогодення;

9) прийом хибної альтернативи (ілюзія вибору): пропонування опонентові альтернатив, серед яких одну (необхідну маніпулятору) подають або оцінюють як правильну на підставі неприйнятності інших. Модель реалізують за схемою: “У нас є альтернативи А, В і С. Альтернативи А і В неприйнятні. Отже, залишається альтернатива С”.

10) прийом аналогії від протилежного: навмисне використання логічно некоректних тверджень, які не стосуються аналогії. (Політик А як принциповий та професійний бере участь в акції, тому, політик В, який не долучається до неї, є непринциповим і непрофесійним).

Знавцями законів логіки переважну кількість громадян не назвеш, тому зрозуміло, що такі прийоми можуть маніпуляторами використовуватися цілком беззастережно.

Психологічних прийомів О. Бойко нараховує значно більше. Ми розглянемо основні з них:

1) прийом знецінення: штучне зниження рівня важливості обговорення питання, щодо якого аргументація опонента є ґрунтовнішою та переконливішою;

2) прийом підвищення цінності: зміщення акцентів, унаслідок якого положення (вислів) оцінюється вище, ніж трактує опонент;

3) прийом дискредитування ідеї опонента: зняття з обговорення ідеї, розгляд якої не вигідний маніпулятору, шляхом ігнорування, висміювання твердження, зміщення уваги на особисті якості опонента, апелювання до здорового глузду тощо. Ключові фрази застосування прийому: “Ви, напевне, вважаєте себе фахівцем у цьому питанні?”, “Нас у цьому не підтримають...”, “Кому все це потрібно?”;

4) прийом подвійних стандартів: оцінювання особи, події, факту залежно від того, наскільки вони допомагають або заважають реалізації маніпулятивних планів;

5) прийом гри слів: використання специфіки та особливостей мови залежно від обставин і потреб маніпулятора: заміна слів на схожі за звучанням, частини слова або його першої букви; застосування словесних і образних асоціацій; навмисно неправильне наголошування слів; використання “мовних перлів”;

6) прийом нерелевантності: формулювання повідомлення, невідповідного інформаційному запиту. Використання маніпулятором тактики відволікання, наведення аргументів, які не стосуються позиції, думок, висловлювань і поведінки опонента;

7) прийом “солом’яного опудала”: спотворення реальних думок опонента, безпідставне приписування йому фіктивної або сфабрикованої маніпулятором позиції. Особливо вдалим цей маневр стає за відсутності опонента.

8) прийом “крижаної гори”, або “першого кроку”: застереження або залякування супротивника тим, що достатньо зробити один крок на “крижану гору”, тобто здійснити незначну, на перший погляд, хибну чи не виважену дію, – і ситуація вийде з-під контролю;

9) прийом “пастки точності”: обґрунтування власних тверджень сумнівними статистичними даними і цифровими показниками. Застосовуючи цей прийом, маніпулятор спекулює на природній схильності людини пов’язувати з точними цифрами уявлення про науковість, серйозність, вмотивованість аргументу і покладається на авторитет науки.

10) прийом “чорної кішки”: приписування непричетним особам власних прорахунків та помилок, звинувачення їх у злих намірах та діях на зразок того, якби після невдачі дехто згадає, що напередодні йому перейшла дорогу чорна кішка;

11) прийом поєднання: поєднання в одному твердженні достовірної та недостовірної (сумнівної) інформації;

12) прийом “потрійної спіралі”: здійснення поетапної мовної маніпуляції: спочатку розповідається один сюжет, який раптово обривають, потім – другий, який теж обривають, і нарешті третій, що містить ключову ідею, яку маніпулятор намагається нав’язати. Після того як ініціатор впливу переконується, що суть третього сюжету чітко зафіксувалася у свідомості об’єкта маніпулювання, логічно завершується повідомлення проперший та другий;

13) прийом трьох “так” (метод Сократа): провокування опонента відповісти “так” на два незначні запитання з метою отримати позитивну відповідь на третє, ключове для маніпулятора [2, с. 174–192].

Існує величезна кількість способів і прийомів зробити пропагандистський вплив непомітним для непрофесійного погляду. Їх аналіз можна продовжити в подальшому. Наразі, можна підсумувати словами фахівців, що звучать приблизно так: пропаганда тільки тоді приречена на провал, якщо вона зовні схожа на пропаганду.

Отже, зараз настав той момент коли конструктивний потенціал пропаганди доцільно, більше того, – необхідно використати для консолідації суспільства, збереження цілісності та суверенності держави, боротьби з зовнішніми загрозами та внутрішніми конфліктами.

#### Список використаних джерел

1. Акимкин Е. Массовая коммуникация в формировании современного социокультурного пространства // Социологические исследования. – 2000. – № 7. – С. 73.
2. Баранов А. Н., Караулов Ю. Н. Воскрешение метафоры // Словарь русских политических метафор. – М., 1994.
3. Бойко О. Д. Політичне маніпулювання. – К., 2010.
4. Виноградов С. И. Выразительные средства в парламентской речи. – М., 1999.
5. Войтасик Л. Психология политической пропаганды / Пер. с польского В. Н. Поруса; Предисловие и общ. ред. Ю. А. Шерковина. – М.: Прогресс, 1981.
6. Кара Мурза С. Манипуляция сознанием. – К., 1995.
7. Королько В. Г. Основы публичной речевой культуры. – М.: “Рефл-бук”, К.: “Ваклер”, 2000.
8. Крысько В. Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт). – Минск, 1999.
9. Озерова Н. И. Информативная функция русской и украинской газетной речи // Материалы III Междунар. науч.-практ. конф. “Диалог русской и украинской культур в Украине”. – К., 1999. – С. 204.
10. Потятиник Б. В. Медіа: ключі до розуміння. – Львів: ПА-ІС, 2004.
11. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. – М.; К., 2002.
12. Почепцов Г. Г. Информационные войны. – М.; К., 2000.
13. Почепцов Г. Г. Психологические операции. – М.; К., 2002.
14. Jouett G.S., O’Donnell V. Propaganda and persuasion. – Newbury Park etc., 1992.

#### References

1. Akimkin E. Massovaja kommunikacija v formirovanii sovremenogo sociokulturnogo prostranstva // Sociologicheskie issledovanija. – 2000. – № 7. – S. 73.
2. Baranov A.N., Karaulov Ju.N. Voskreshenie metafory // Slovar’ russkikh politicheskikh metafor. – M., 1994.
3. Bojko O.D. Politychne manipuljuvannja. – K., 2010.
4. Vinogradov S.I. Vyrzitel’nye sredstva v parlamentskoj rechi. – M., 1999.
5. Vojtasik L. Psihologija politicheskoj propagandy / Per. s pol’skogo V.N. Porusa; Predislovie i obshh. red. Ju.A. Sherkovina. – M.: Progress, 1981.
6. Kara Murza S. Manipuljacija soznaniem. – K., 1995.

7. Korol'ko V.G. Osnovy pablik rileyshnz. – M.: “Ref–buk”, K.: “Vakler”, 2000.

8. Krys'ko V.G. Sekrety psihologicheskoy vojny (celi, zadachi, metody, formy, opyt). – Minsk, 1999.

9. Ozerova N.I. Informativnaya funkciya russkoy i ukrainskoy gazetnoy rechi // Materialy III Mezhdunar. nauch.–prakt. konf. “Dialog russkoy i ukrainskoy kul'tur v Ukraine”. – K., 1999. – S.204.

10. Potjatynek B.V. Media: kljuchi do rozuminnja. – L'viv: PAIS, 2004.

11. Pohepcov G.G. Teorija komunikacii. – M.; K., 2002.

12. Pohepcov G.G. Informacionnye vojny. – M.; K., 2000.

13. Pohepcov G.G. Psihologicheskie operacii. – M.; K., 2002.

14. Jouett G.S., O'Donnell V. Propaganda and persuasion. – Newbury Park etc., 1992.

**Макаренко Л.П.**, PhD, Political Sciences, Associate Professor of Social and Political Sciences of Kyiv University of Management and Entrepreneurship (Ukraine, Kiev), liliya876@mail.ru

#### The nature, the role and the basic techniques of political propaganda

*This article examines the nature, the role and main techniques of propaganda communication. Such issue is actual because today we faced with the obvious damage to the state from underestimation of the role of propaganda as a means of social cohesion and a weapon against the enemy's informational influence. The information security set aside for years. The concept according to which Ukraine has nobody to be afraid failed. That is why, now we have to remember what is propaganda, figure out advantages and disadvantages and start to use the same weapon, which is used by our opponents. The attention is paid to the aspect, that propaganda is not necessarily a form of distribution narrow grouped and biased position. It can be informative and positive process that brings people to the information they need, spreads democratic principles, values, integrity, social cohesion and patriotism. There are examples when it is advisable not to consider the informational needs of the mass recipient in politics. In such cases the use of propaganda technology is appropriate and constructive.*

**Keywords:** propaganda, manipulation, informational influence, propaganda techniques.

**Макаренко Л.П.**, кандидат политических наук, доцент, доцент кафедры общественных и политических наук, Киевский университет управления и предпринимательства (Украина, Киев), liliya876@mail.ru

#### Сущность, роль и основные приемы политической пропаганды

*Исследуется сущность, роль и основные приемы пропагандистского типа коммуникации. Актуальность поднятых вопросов объясняется тем, что сегодня стал вполне очевидным ущерб для государства от недооценки роли пропаганды как способа объединения общества и средства против враждебного информационного воздействия. Информационной безопасностью государства пренебрегали в течение многих лет. Концепция, согласно которой Украине некогда бояться, оказалась ошибочной. Поэтому, сейчас необходимо вспомнить, что такое пропаганда, выявить ее недостатки и преимущества, и использовать то же оружие, которым пользуются наши противники. Акцентируется на том, что пропаганда не обязательно является формой распространения узкогрупповых и предвзятых позиций. Она может быть и положительным информационным процессом, который способствует донесению гражданам нужной им информации, распространяет демократические идеалы, ценности целостности, единства общества, патриотизма. В политике нередко бывают случаи, когда целесообразно не учитывать информационные потребности массового реципиента. В подобных случаях применение пропагандистских технологий вполне уместно и конструктивно.*

**Ключевые слова:** пропаганда, манипуляция, информационное воздействие, пропагандистские приемы.

\* \* \*

УДК 32–327.5

**Макаренко Б.**

кандидат політичних наук, здобувач,  
Національний педагогічний університет  
ім. М. П. Драгоманова  
(Україна, Київ), gileya.org.ua@gmail.com

#### РОЗДЕРЖАВЛЕННЯ ТА СТАНОВЛЕННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА ЯК СТРАТЕГІЧНІ ЗАВДАННЯ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

*Аналізуються актуальні завдання формування та впровадження ефективної соціальної політики; серед першочергових автор виокремлює проблему роздержавлення, подолання бідності та підйому ініціативи населення шляхом формування громадянського суспільства.*

**Ключові слова:** людина, суспільство, політика, держава, громадянське суспільство, культура, виховання.

Стратегія соціального розвитку має визначати основні напрями проведення політики подолання бідності шляхом створення економічно–правових умов для збільшення доходів і зростання економічної активності працездатних громадян та підвищення ефективності соціальної підтримки найбільш уразливих груп населення шляхом реформування системи соціального захисту. Політика подолання бідності має поєднуватися з політикою становлення середнього класу.

Стратегічними напрямками подолання бідності має бути визнано: підвищення зайнятості населення та розвиток ринку праці; збільшення доходів від трудової діяльності; соціальне страхування як спосіб захисту особи від втрат доходу; запровадження консолідованої системи адресної соціальної допомоги та соціальних послуг; соціальну підтримку осіб з обмеженими фізичними можливостями; соціальну підтримку сімей з дітьми та дітей, позбавлених батьківського піклування; поліпшення житлових умов соціально вразливих верств населення; моніторинг реалізації стратегічних напрямів подолання бідності [1].

Реалізація реформ у сфері соціального страхування сприятиме в перспективі перерозподілу часток платежів у страхові фонди від роботодавців і застрахованих осіб, знизить податкове навантаження на підприємців. Персоніфікація страхових і пенсійних внесків разом з гнучкою податковою політикою сприятиме виведенню трудових доходів з “тіні”, відтоку трудових ресурсів з “тіньового” сектора економіки. Реалізація активної політики зайнятості стимулює безробітних громадян до працевлаштування, що буде вкрай актуально за умови продовження економічного зростання, а узгодження цієї політики із завданнями освітньої галузі щодо підготовки фахівців дозволить вирівняти структуру попиту і пропозиції на ринку праці, задовольнити потреби економіки в кваліфікованих спеціалістах. Реалізація політики щодо підвищення доходів населення дасть можливість, з одного боку, підвищити платоспроможний попит населення, що стане стимулом розвитку виробництва, а з іншого – розвивати систему платних послуг у сфері освіти і охорони здоров'я, страхової медицини, що послабить навантаження на бюджет і дозволить поступово зменшити рівень податків на підприємців.

Виважена й активна політика доходів буде ґрунтом формування, становлення і зміцнення в Україні середнього класу як основи політичної стабільності суспільства, зміцнення демократичних принципів його організа-