

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Філософський факультет
Кафедра політичних наук

**ТЕХНОЛОГІЇ ПОЛІТИЧНОГО МАНІПУЛЮВАННЯ
У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ**

Кваліфікаційна робота
за спеціальністю 052 «Політологія»
Освітній рівень «Магістр»

Студентки:
II курсу
денної форми навчання
спеціальності «Політологія»
Савосько Тетяни Олегівни

Науковий керівник:
Малкіна Ганна Миколаївна
доктор політичних наук, професор

Допущено до захисту:
Завідувач кафедри _____

Київ – 2021

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. Поняття, особливості та рівні політичного маніпулювання.....	6
РОЗДІЛ 2. Міфологічні конструкти як засіб політичного маніпулювання.....	20
РОЗДІЛ 3. Маніпулятивні психотехнології у політиці.....	34
РОЗДІЛ 4. Протидія політичному маніпулюванню у засобах масової інформації.....	53
ВИСНОВКИ.....	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	73

ВСТУП

Актуальність теми дослідження обумовлена тим, що політичне маніпулювання є парадоксальним феноменом сучасності, що має прихований вплив на психіку людини та широко застосовується у завоюванні та утриманні влади і фактично присутній в усіх країнах, як у розвинутих демократіях, так і в тих країнах, які тільки стають на шлях становлення демократії. Засоби масової інформації є невід'ємною частиною сучасного світу і вони безпосередньо пов'язані й мають зв'язок із явищем політики, засоби масової інформації не дарма називають «четвертою гілкою влади». Вони відіграють важливу роль, коли мова йде про людей, котрі розглядають телебачення, радіо, газети, журнали та Інтернет як основу для мислення та власних дій у світі. Тобто, можна стверджувати, що засоби масової інформації мають можливість вплинути на ставлення, думку та поведінку людей навколо багатьох важливих питань і в тому числі, питань, що стосуються політичної сфери. Отже, можна сказати, що засоби масової інформації стали доволі зручним інструментом впливу у сучасному суспільстві.

В XXI столітті різко підвищилася можливість використання технологій прихованого політичного впливу, у зв'язку із неперервним розвитком засобів масової інформації. Маніпулювання в засобах масової інформації із їх розвитком набуло глобального масштабу, а тому існує доволі широкий арсенал технологій політичного маніпулювання у засобах масової інформації. Знання цих технологій є важливим для того, щоб вчасно розпізнати їх та не піддатися цьому маніпулятивному впливові.

Через поширення засобів масової інформації та використання ними маніпулятивних технологій важливо вміти розпізнавати та протистояти явищу політичного маніпулювання, а отже важливим є дослідження не тільки шляхів та засобів протидії самим технологіям, але і політичному маніпулюванню та аналіз поняття «політичне маніпулювання» загалом. Саме тому набуває актуальності обрана тема дослідження.

Метою кваліфікаційної роботи є розкриття сутності технологій політичного маніпулювання у засобах масової інформації.

Реалізація поставленої мети зумовила вирішення наступних **завдань дослідження:**

- 1) розкрити поняття «маніпулювання», «політичне маніпулювання», виокремити його рівні;
- 2) вивчення міфологічних конструктів як засобу політичного маніпулювання;
- 3) проаналізувати маніпулятивні психотехнології у політиці;
- 4) проаналізувати явище протидії політичному маніпулюванню у засобах масової інформації.

Об'єктом дослідження є технології політичного маніпулювання у засобах масової інформації.

Предметом дослідження є технології політичного маніпулювання у засобах масової інформації, а саме психотехнології та технології маніпулювання шляхом створення міфологічних конструктів.

Методи дослідження. Одним із найважливіших методів, що був використаний у даному дослідженні, є системний метод, який дозволив розглядати політичне маніпулювання як систему засобів психологічного впливу на особистість, у взаємозв'язку та залежності цілого і частин.

Історичний метод, що дав можливість провести аналіз еволюції маніпулювання з часу зародження і по сьогоднішній день.

Завдяки використанню порівняльного методу було проведено порівняльну характеристику поглядів різних вчених відносно тих чи інших аспектів маніпулювання.

А також, структурно-функціональний метод, котрий дав змогу визначити та розкрити структурні елементи технологій маніпулювання шляхом створення міфологічних конструктів.

Структуру кваліфікаційної роботи складає вступ, основна частина, яка складається з чотирьох розділів, висновки та список використаних джерел.

Обсяг роботи становить 72 сторінки, список використаних джерел містить 56 найменувань на 6 сторінках.

РОЗДІЛ 1. Поняття, особливості та рівні політичного маніпулювання

Ступінь наукової розробки теми. Значний внесок у дослідження поняття «маніпулювання» здійснили: В. Амелін[1], Е. Ноель-Нойманн[35], С. Кара – Мурза[20], Е. Шостром[55], О. Гуменюк[11], Г. Грачев[10], О. Даниленко[12].

Трохи пізніше з'явилося поняття «політичного маніпулювання», котре досліджували: О. Бойко[3], [4], С. Гаврилюк[8], Н. Єфтені[15], Т. Житнікова[16], М. Василик[31], В. Горбатенко[5], [37], В. Застольська[17], О. Проскуріна[43].

Також варто відзначити роботи В. Бебика[2], І. Дзялошинського[13], Г. Почепцова[40], Е. Доценка[14], С. Зеленського[18], Ю. Нестеряка[34], О. Радченка[36], що розглядали технології та прийоми політичного маніпулювання. Останні роки серед науковців стала актуальною тема протидії політичному маніпулюванню: Л. Кучма[25], [26], [27], В. Кавка[19], Е. Сидоренко[46], В. М. Петрик[48].

Однак, попри достатньо розроблену наукову базу стосовно даної теми, і таку велику кількість робіт, присвячених їй частково або повністю, ще досі науковцями не досягнуто спільної думки щодо визначення та ролі політичного маніпулювання у засобах масової інформації, що обумовлено тим, що явище політичного маніпулювання досить нестійке і динамічне.

Поняття «маніпулювання» є досить різнопланове та неоднозначне. На сьогоднішній день в психологічній літературі його визначаються як: операцію руками, дію рук, зокрема демонстрацію фокуса, який ґрунтується на спритності рук; махінацію, обман, шахрайство; комунікативний вплив, що зумовлює актуалізацію в об'єкта впливу певних мотиваційних станів(водночас відчуттів, стереотипів), що спонукають його до поведінки, вигідної для суб'єкта впливу[2].

Російським дослідником Є. Доценка[14] була складена таблиця суджень про маніпулювання як психологічний механізм.

«Уявлення різних авторів про поняття маніпулювання (з розбивкою визначень на критерії)»[14].

Автор	Визначення
Б. Н. Бесонов	Форма духовного впливу, прихованого панування, здійснювана насильницьким шляхом.
Д. А. Волкогонов	Панування над духовним станом, управління зміною внутрішнього світу.
Р. Гудін	Приховане застосування влади (сили) в розріз з передбачуваною волею іншого.
О. Т. Йокояма	Облудний опосередкований вплив в інтересах маніпулятора.
Л. Прото	Скритий вплив на здійснення вибору.
У. Рікер	Таке структурування світу, яке дозволяє перемогти.
Дж. Рудінов	Спонування поведінки шляхом обману чи гри на потенційних слабостях іншого.
В. Н. Сагатовський	Відношення до іншого як до засобу, об'єкту, інструменту.
Г. Шиллер	Прихований примус, програмування думок, намірів, відчуттів, відношень, переконань, поведінки.

У результаті аналізу суджень Є. Доценко вивів певну загальну формулу маніпулювання, де чітко простежуються сім груп ознак, у кожній з яких виділений загальний критерій, що претендує на те, щоб ввійти у поняття маніпулювання:

- родова ознака – психологічний вплив;
- відношення маніпулятора до об'єкта маніпулювання, як до засобу досягнення власних цілей;
- стремління отримати односторонню перемогу;

- прихований характер впливу, як факту впливу, так і його спрямованості;
- використання (психологічної) сили, гра на слабостях, потребах та інтересах об'єкта маніпулювання[14].

Окрім того, ще два критерії виявилися дещо відокремленими:

- спонукання, мотиваційне привнесення;
- майстерність та вправність у здійсненні маніпулятивних дій[34].

Більш детально, але, загалом, дуже подібно до формули Є. Доценко були визначені родові ознаки маніпулювання в роботі Г. Шиллера[53]. По-перше, маніпулювання – це вид духовного, психологічного впливу (а не фізичне насилля чи загроза насиллям).

По-друге, це прихований вплив, факт, якого не має бути помічений об'єктом маніпулювання, для досягнення успіху маніпуляція має залишитися непоміченою. Успіх гарантований, коли об'єкт вірить, що все, що відбувається природно. Простіше говорячи, для маніпулювання необхідна дійсність, в котрій її присутність не буде відчуватися. Ще більш ретельно приховується головна ціль, так, щоб, навіть, викриття самого факту спроби маніпулювання не призведе до вияснення подальших намірів, тому приховування інформації – обов'язкова ознака, хоча деякі прийоми маніпулювання включають в себе «граничне саморозкриття», гру в істинність.

По-третє, маніпулювання – це вплив, що потребує майстерності та знань. Якщо мова йде про суспільну свідомість, то до розробки акцій зазвичай залучаються спеціалісти або хоча б спеціальні знання. Оскільки маніпулювання суспільною свідомістю стало технологією, з'явилися професійні працівники, що володіють даною технологією[53].

До вищеперерахованих ознак варто віднести також те, що всі прийоми маніпулювання будуються на відволіканні уваги об'єкта від основної цілі суб'єкта, тобто, маніпулювання передбачає певний зовнішній стимул, фіксує увагу об'єкта. Дешифрування прихованого стимулу позбавляє

маніпулювання сенсу. Щоб маніпулювання пройшло успішно, зовнішній стимул має бути значимим для об'єкта. Не прийняв зовнішнього стимулу, об'єкт, відповідно, проігнорує прихований. Сенс даного ефекту сформулював Д. Карнегі: «Особисто я люблю полуницю з вершками. Але риба чомусь воліє іншої їжі. Тому коли я йду на риболовлю я беру для неї не те, що люблю я, а черв'яків та сушених коників»[53].

Як видно, основний механізм маніпулювання, за переконанням Шиллера – це прихований примус, програмування думок, намірів, відчуттів, відношень, навиків, поведінки об'єкта маніпулювання.

У своїй роботі «Психологія маніпуляції: феномени, механізми й захист» Є. Доценко[14] виділяє три рівні маніпулювання:

- 1) першим рівнем є підсилення наявних свідомості людей необхідних ідей, мотивів, цінностей, норм;
- 2) другим рівнем є пов'язаний з незначними змінами в поглядах на ту чи іншу подію, процес, факт, що також впливає на емоційне і практичне ставлення до конкретного явища;
- 3) третім рівнем є корінні, кардинальні зміни життєвих настанов шляхом повідомлення об'єкту сенсаційних, драматичних, надзвичайно важливих для нього повідомлень.

На основі цих рівнів можна визначити основні складові процесу маніпулювання [48]:

- Об'єкт маніпулювання - це свідомість людини та масова свідомість, на які здійснюється певний вплив із метою досягнення бажаного результату.
- Жертва маніпулювання - це людина, група людей, суспільство (об'єкт маніпулювання), які були використані або якимсь чином посприяли досягненню встановленої мети.
- Суб'єкт маніпулювання - це людина (група людей), яка ініціювала проведення маніпулювання свідомістю для досягнення певної мети.

- Інструменти маніпулювання - це ідеї, прийоми, форми, способи, методи, використання яких дає змогу впливати на свідомість людини для досягнення певної мети.
- «Мішені» впливу - можуть бути окремі люди, їхні об'єднання, соціальні групи, населення й навіть країни - об'єкти спеціальних інформаційних операцій [48].

Дослідники активно досліджували причини маніпулювання, а тому існує доволі багато таких причин, і основними з них є: вічний внутрішній конфлікт людини між її прагненням до незалежності і самостійності, з одного боку, і бажанням знайти опору в своєму оточенні, – з іншого (Ф. Перлз); усвідомлюючи умови свого існування в світі – свою «екзистенційну ситуацію», – людина відчуває себе безпорадною (Д. Бюдженталь); страх замученості, який є одним з основних людських страхів. На основі цього, маніпулятора ми можемо назвати як людину, яка намагається уникнути близькості і залученості у відносини з іншими людьми, і тому взаємодіє з ними за допомогою певних ритуалів (В. Глассера).

Говорячи про те, чому люди взагалі піддаються маніпулюванню можна згадати багато різних дослідників і їх концепцій, але я би виділила концепцію Й. Шумпетера[56].

Як відзначає дослідник, більшість людей не схильна витратити на вивчення політичних проблем багато зусиль, і пересічний громадянин відводить політиці менше часу, ніж на партію у бридж. Все це пояснює типову ситуацію: як тільки звичайний громадянин починає розмірковувати про політику, він опускається на більш низький рівень розумової діяльності, оскільки в політиці він некомпетентний, його мислення стає асоціативним й афективним, і в результаті «людина знову стає дикуном» [56].

Для правильного розуміння сутності поняття «політичне маніпулювання» необхідно, в першу чергу, дати визначення даного поняття. У науковій та навчальній літературі існує безліч визначень поняття «політичне маніпулювання». Основними з них я би виділила:

- політичне маніпулювання як приховане управління політичною свідомістю і поведінкою людей з метою примусити їх діяти(чи не діяти) всупереч власним інтересам[30, с. 294];
- політичне маніпулювання як приховане управління політичною свідомістю та поведінкою у певних політичних інтересах[4, с. 44]
- політичне маніпулювання як частина технології влади, сутність якої полягає у програмуванні думок і устремлінь мас, їх настроїв, і навіть психічного стану з метою забезпечення такої їхньої поведінки, яка потрібна тим, хто володіє засобами маніпулювання [20, с. 152];
- під маніпулюванням у більшості випадків слід розуміти психологічний вплив, що створюється таємно, а отже, і на шкоду тим особам, на яких він спрямований[3];
- система засобів ідеологічного і духовно-психологічного впливу на масову свідомість з метою нав'язування певних ідей, цінностей; цілеспрямований вплив на громадську думку і політичну поведінку задля спрямування їх у потрібному напрямі (В. Воронкова);
- система психологічної дії, орієнтована на впровадження ілюзорних уявлень; махінація[39];
- дії суб'єкта, що приховано створюють умови для запланованої дії об'єкта маніпулювання (О. Савельєв);
- політичне маніпулювання – система психологічної дії, орієнтована на впровадження ілюзованих уявлень, махінація[47].

Основними об'єктами політичного маніпулювання є всі фактори, що визначають, регулюють і змінюють поведінку особи: джерела мотивації активності, поведінки людини – потреби, інтереси, схильності; настанови, групові норми, самооцінки людей – чинники, які регулюють активність; стани, в яких людина може перебувати – апатія, тривога, ейфорія тощо[7, с.317].

Розглядаючи політику як сферу діяльності, що пов'язана з відносинами між соціальними та соціально-етнічними угрупованнями, основою яких є проблеми завоювання, утримання та використання влади, то доцільно вважати, що в її основі лежить модифікація суспільної поведінки в інтересах певних суб'єктів політики, а найбільш часто в інтересах правлячої еліти. Ця модифікація полягає у координації групової діяльності, зміні напрямку та у підтримці чи відмові від існуючих традицій. В даному контексті політичне маніпулювання виступає як давній спосіб здійснення влади.

Політичне маніпулювання має свої особливості, одна з яких полягає у тому, що маніпулятивний вплив здійснюють для досягнення тих чи інших політичних цілей та має політичні наслідки для всього суспільства чи певної його частини.

Тут доречно звернутися до концепції влади, яку розробив М. Вебер: влада є вольовим впливом, це певне нав'язування об'єкту волі єдиного суб'єкта. Отже, сприйняття влади містить маніпулятивне поле, в межах котрого політичне панування досягається за допомогою прямого впливу домінуючих груп на підвладні всупереч їх базисним інтересам[43, с. 4].

Як домінуючі, так і підвладні групи переконані, що вони усе роблять в повній відповідності не тільки до своїх інтересів, але й також до інтересів протилежної групи. Отже, влада у Вебера визначається як можливість виконувати усередині певних суспільних відносин власну волю, навіть незважаючи на незгоду, незалежно від того, на чому ця можливість базується[43, с. 4].

Таке визначення можна інтерпретувати як «вольове ставлення», а акценти тут переміщені на трактування влади як певного потенціалу політичного суб'єкта, котрий володіє особливими якостями носія влади[43, с. 5].

Отже, Макс Вебер не відділяв маніпулювання від влади, і тому можна стверджувати, що маніпулювання припускає й вибір інтелектуальних ситуацій, й боротьбу за домінування[43, с. 5].

До речі, тут виникає ще один феномен – «внутрішніх» або «зовнішніх» ворогів»: чи це особи, соціальні групи, а то й класи, народи, які не розділяють "наших" принципів, чи це просто «терористи», котрі прагнуть «змінити законний лад».

Таким чином, маніпулювання суспільною думкою виступає у ролі певної маркетингової стратегії, котра розповсюджує домінуючу, державну ідеологію на не цілком контрольовані ринки. Інтелектуальна і системна криза настає тільки тоді, коли ця ідеологія освоєна відведений для неї простір. Але, важко не погодитися, що будь-яка держава у будь – якому випадку бажає такого тотального домінування.

За переконанням Х. Ортеги – і - Гассета, феномен маніпулювання у фатальній необхідності духовної диктатури. Без духовної диктатури, без маніпулювання громадською думкою та людьми в суспільстві панувала б анархія, що в свою чергу спричинило б розпад цього суспільства[8, с. 22].

Більша частина населення не має своєї думки, пише філософ. Він вважає, що сучасна «масова людина» не вміє мислити і навіть не хоче цього робити, що і підтверджується історичним розвитком.

Успіх маніпулювання гарантований, коли сам суб'єкт маніпулювання переконаний, що усе, що відбувається природно і неминуче.

Російський дослідник явища маніпулювання С. Кара-Мурза намагався проаналізувати питання статусу людини, що з нею відбувається при переході від прямого примусу до маніпулювання її свідомістю. «Навіть у «війні всіх проти всіх», що ведеться за правилами цивільного суспільства (конкуренції), об'єкти впливу діляться на три категорії: друг, партнер, суперник. Фахівці сходяться на тому, що людина, що стала об'єктом маніпуляції, взагалі випадає із цієї класифікації. Він - не друг, не партнер і не суперник. Він стає річчю»[20, с. 43].

Проаналізувавши ХХ ст., С. Кара-Мурза називає його «віком спектаклю». «Ми, прості люди, стали як би глядачами, що затамувавши подих спостерігають за складними поворотами захоплюючого спектаклю. А сцена – весь світ, і невидимий режисер і нас втягує в масовки, а артисти спускаються зі сцени в зал. І ми вже губимо відчуття реальності, перестаємо розуміти, де гра акторів, а де реальне життя. Що це ллється - кров або фарба? Ці жінки й діти, що впали, як підкошені, у Бендерах, Сараєво або Ходжали - прекрасно «грають смерть» або справді вбиті?». «Спектакль - система дуже гнучка. У режисерів немає детальних планів, які бувають у будівельника. Вся перебудова й реформа є ланцюг дій по дестабілізації, а для неї не потрібна ні потужна соціальна база, ні більша сила - підірвати міст у мільйон разів легше, ніж побудувати. При цьому точно не можна передбачати, по якому шляху піде процес, є лише сценарії. Але режисери готові до того, щоб діяти по будь-якому сценарії, і швидко визначають, який з них реалізується»[19, с.192-195].

Як форма політичного впливу маніпулювання виконує ряд певних функцій. Український дослідник О. Бойко виділив такі основні функції:[4, с. 92]:

- 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;
- провокативна функція: інспірування у потрібний момент конфлікту з партнером по політичному спілкуванню або у таборі опонентів;
- функція маскуванню : 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 спонук (інформаційних, мотиваційних, емоційних тощо), які забезпечують необхідну політичному маніпуляторів дію чи бездіяльність об'єкта маніпулювання[4, с. 9].

Варто зазначити, що маніпулювання найчастіше носить масовий та тривалий характер, оскільки зачіпає інтереси багатьох. У цьому контексті Е. Фромм стверджує, що «особистість усе більше й більше підвладна маніпуляціям, особливо в кібернетичну епоху. Робота, споживання, дозвілля людини маніпулюються за допомогою реклами та ідеологій. Це призводить до того, що людина втрачає свою активну, відповідальну роль у соціальному процесі і стає повністю «відрегульованою»» [8, с. 23].

Російський дослідник І.М. Дзялошинський у своїй роботі виокремлював дві головні ознаки маніпулювання. Першою ознакою є те, що цей процес асиметричний (є сторона на яку діють і яка діє) та прихований. Другою

ознакою, на думку, автора є те, що інформаційна дія маніпулятора спрямована на психіку людини й потребує особливих, спеціальних знань [13, с.33].

Говорячи про рівні політичного маніпулювання науковці стверджують, що воно здійснюється на міжособистісному, внутрішньогруповому, між груповому та масовому рівнях.

На міжособистісному та внутрішньогруповому рівнях використовується набір певних маніпулятивних прийомів, а на міжгруповому та масовому рівнях діють маніпулятивні технології[2, с. 10].

На міжособистісному рівні той хто маніпулює застосовує свої особистісні ресурси, психологічну перевагу над суперником у момент спілкування. Його мета – створення умов для того, щоб людина діяла в інтересах того хто маніпулює, навіть якщо це не відповідає її особистим установам. Для цього використовуються різні психологічні прийоми й техніки.

На груповому рівні маніпулятор взаємодіє вже не з людиною, а з групою людей, вміло використовуючи у власних цілях особливості поведінки людини у колективі. Підкоряючи групу власній волі, той хто маніпулює привласнює собі її можливості, діє від імені цієї групи, реалізуючи при цьому свої цілі та завдання, у той же час маніпулятор має можливість зняти з себе особисту відповідальність в разі невдачі й перекласти її на групу. На масовому рівні комунікація часто відбувається через посередників, на сьогоднішній день такими посередниками можна вважати засоби масової інформації.

Варто зазначити, що маніпулювання не вичерпується впливом на психіку людини тільки за допомогою психологічних прийомів і тактик. У політиці широко застосовується ситуативне маніпулювання, так як воно дає змогу діяти більш непомітно, при цьому управління здійснюється через інших людей, обставини, характеризується тривалим впливом на свідомість, підсвідомість і поведінку людей. При цьому, важливим є характер

сприйняття ситуації людиною, що заснований на наявності в неї певних цінностей, переконань, установок та способів її отримання[28, с. 6].

У політичній боротьбі основна ставка робиться на маси. Для маніпулювання свідомістю мас застосовуються гасла, що дозволяють емоційно підкреслити і виразити їх у короткій доступній формі. З появою та поширенням телебачення вплив здійснюється за допомогою зорових образів, що в свою чергу розширює можливості маніпулювання. Оскільки інформація, котра надходить через декілька каналів, має велику силу впливу, в той же час збільшується ефект правдоподібності, створюється ілюзія присутності на місці подій, телеведучі сприймаються як старі знайомі, виникає ефект довіри. [15, с. 239].

Політичне маніпулювання можливе на адміністративному рівні. Ресурс у даному випадку - це державний апарат, що використовують в інтересах окремих осіб, представників політичних кіл.

Російський політолог М. Василика вважає, що технологія загальнодержавного маніпулювання ґрунтується на цілеспрямованому, послідовному та систематичному впровадженні у масову свідомість соціально-політичних міфів, стереотипів, ілюзій, ідей, норм, що мають сприйматися без критичного осмислення. Можливість використання такої дії зумовлена суперечностями масової свідомості, активним розвитком новітніх комунікаційних технологій, ростом рівня витонченості маніпулятивних технологій, методів та прийомів[38, с. 57].

Дослідник вважає, що політичні маніпулятори у власних вчинках використовують комплекс специфічних закономірностей масової психології. Зокрема, масова свідомість різниться свідомим і несвідомим розумінням суспільно-політичної дійсності[38, с.58].

У політичній практиці поєднують дві сторони (свідому та несвідому), але маніпулювання здійснюється саме за допомогою звернення до несвідомого. Окрім того, масову свідомість характеризують догматичне і критичне ставлення до дійсності. Як свідчить історичний досвід, влада, що

використовує в своїй політичній практиці маніпулювання зацікавлена у обмеженні критичного ставлення до політичного процесу й культивуванні догматичного, з ціллю забезпечення стійкості особистих позицій.

Саме задля посилення догматизації та уніфікації мислення суспільству нав'язується система стереотипів, міфів та іміджу. Поєднання у масовій свідомості звичайних, традиційних та незвичайних й інноваційних речей відкриває можливості для маніпулювання. Навіть, прагнучи змін й проголошуючи реформи, правлячі політичні еліти можуть часто використовувати маніпулятивні прийоми апелювання традиціям, звичаям, звичкам, що нерідко є фундаментом стійкості політичної влади.

Окрім того, інноваційні ідеї слугують фундаментом задля створення нових міфів, нової паралельної реальності, що є сприятливим ґрунтом задля досягнення ефективності політичного маніпулювання[15, с. 240].

Маніпулювання так укоренились у наше повсякденне життя, що більшість із нас звертає свою увагу тільки на найочевидніші або найобразливіші. У книзі «Людина-маніпулятор» Е. Шостром порівнює маніпуляції з горобцями – адже ми знаємо про їх існування, але не помічаємо [55,с . 23].

Отже, підсумовуючи, перший розділ даного дослідження, варто зазначити, що на сьогоднішній день існує доволі велика кількість дефініцій поняття «політичне маніпулювання», основним з них для даного дослідження є визначення О. Бойко, за яким, політичне маніпулювання є комплексом психологічних, ідеологічних та організаційних дій, що спрямовані на приховане коригування масової свідомості з метою стимулювання суспільної активності у потрібному маніпуляторіві напрямі в боротьбі за політичну владу, її захоплення, використання, утримання; цей комплекс виконує ряд певних функцій, основними з яких є: інформаційна, провокативна, адаптивна, захисна, регулятивна, мобілізаційна, функція

маскування, функція набуття впливу та функція встановлення контролю над свідомістю.

Політичне маніпулювання здійснюється на певних рівнях, а саме науковці вважають, що політичне маніпулювання здійснюється на міжособистісному, внутрішньогруповому, між груповому та масовому рівнях, а також політичне маніпулювання має свої ознаки, головними з них дослідники виділяють такі дві ознаки: першою ознакою є те, що цей процес асиметричний (тобто, є сторона на яку діють і є сторона яка діє) та прихований; другою ознакою є те, що інформаційна дія маніпулятора спрямована на психіку людини й потребує особливих, спеціальних знань

РОЗДІЛ 2. Міфологічні конструкти як засіб політичного маніпулювання

Останнім часом, доволі активно стали використовуватися поняття «менталітет», «архетипи», «метапрограми», проте їх зміст залишається дещо розмитим.

Поняттям «менталітет» зазвичай позначається «світосприйняття, що визначається народно – національними звичаями, образом життя, мисленням, моральністю». Більшість дослідників визначають менталітет як фундаментальний шар колективної поведінки, діяльності, емоційного реагування на різноманітні ситуації, що притаманні даному етносу чи стійкій соціальній групі. У якомусь сенсі менталітет можна прирівняти з «колективним несвідомим». К. Юнг за допомогою цієї категорії позначав щось на кшталт генетичного коду людства, певною вродженою психічною константою його розвитку, джерела психічної енергії. На думку Юнга «цеглинками» колективного несвідомого є архетипи, символічні праобрази, формуючі активність уявлення. Деякі автори включили в «колективне несвідоме» ще один клас «цеглинок», назвав їх метапрограмами. Якщо архетипи відповідають за моделі відношення до дійсності, то метапрограми – за моделі сприйняття. Таким чином можна говорити, що менталітет являє собою набір фундаментальних схем, моделей сприйняття, оцінки дійсності і прийняття рішення[13]. Основою менталітету є міф.

Міф – це свого роду машина культури, котра кидає міст з природного стану людини до цивілізації, що й конструює саму людину. Міф керує людиною, утворює для людини особливу — міфологічну реальність. Нескінченний потік інформації, навала символів, образів, "картин" сприяє міфологізації свідомості особи, оскільки міф постає стійкою структурою і дозволяє запровадити певну впорядкованість до хаотичної "картини світу". Міф виявляється тією самою "реальністю", у яку людина відверто хоче вірити[13, с. 9].

Міфологія є не тільки історично першою, універсальною та єдиною формою суспільної свідомості, що дійшла до нас з глибини сторіч у формі міфів, легенд, переказів, а щось більш значиме, те, що визначає основи соціокультурного простору. За допомогою міфу формується ментальність народу та нею ж формується, визначаючи історичний вибір нації. Дослідження підтверджують, що суспільство, особистість можуть зреагувати на кризову ситуацію, на загрозу, чи виробляючи інноваційну ідею, яка відкриває нові творчі можливості, чи повертаючись до старих ідей, які виправдовували себе під час минулих криз [13, с. 9].

Міф стає засобом соціальної та політичної мобілізації якщо суспільство втрачає здатність вирішувати проблеми раціонально. Він є сильним засобом навіювання, політичною зброєю, що здатна підкорювати, групувати і направляти людей, формувати з них партії, рухи і виховувати борців за свободу. Тому не дивно, що ця зброя активно використовується політиками, інакше кажучи міф виконує маніпулятивну функцію, є ефективним засобом політичного маніпулювання [13, с. 9]. Саме тому важливо визначити зміст поняття «політичний міф».

О. Бойко визначив політичний міф як феномен колективної психіки, який ґрунтується на штучно створеному узагальненні, спрощеному контрастному уявленні про дійсність і неадекватно інтерпретує суспільні процеси, поєднуючи реальність з вигадками, містикою, фантазіями [4, с. 216].

Російський дослідник Г. Почепцов [40] пише, що політичний міф являється універсальною конструкцією, котру завжди можна заповнити конкретним політичним змістом.

Український дослідник Ю. Шайгородський же визначив політичний міф як цілісне, спрощене, переважно ірраціональне відображення в індивідуальній та масовій свідомості політичної реальності й основних суспільних цінностей, своєрідний символічний засіб їх інтерпретації, моделювання світу й соціального життя; інструмент реалізації конкретних

політичних завдань – боротьби за владу, її легітимації, утвердження нової політичної ідеології тощо [51, с. 33].

Тоді як Н. Карпова зауважує, що політичний міф – це генетичний елемент політичної культури, який являє собою систему історично сформованих образів, в яких полягає колективна пам'ять народу, що зберігає в собі суспільно-політичний досвід [42, с. 42].

На думку дослідника А. Цуладзе, політичний міф є міфом, що використовується для реалізації політичних цілей: боротьба за владу, легітимація влади, здійснення політичного панування, і зазначає, що міф дозволяє нам здійснювати комунікацію із зовнішнім світом [50]. А. Цуладзе у своїй роботі «Політичне маніпулювання чи Підкорення натовпу» виокремлював два види політичного міфу. Першим видом є технологічні міфи. Вони утворюються задля реалізації конкретних політичних завдань. Це "міфи на один день" або ж псевдоміфи, оскільки вони не мають укорінення в архетипах. Натомість "вічні" чи архетипні міфи глибоко укорінені у ментальності народу – архетипах, що виступають енергетичним зарядом міфу[50].

Деколи дослідники визначаючи зміст поняття «політичний міф» пишуть про доцільність двох можливих шляхів його інтерпретації. Перший шлях полягає у тому, щоб, визнаючи міф як невід'ємний елемент буття людини, зробити висновок, що міфи існують і у сфері політики. І тоді політичними міфами ми умовно називаємо міфи, котра функціонують у політичній сфері життя суспільства[42, с. 42]..

Другий шлях полягає в тому, щоб визначити політичний міф як явище, що характеризується певними ознаками і функціями, що притаманні саме цьому феномену, і що вирізняють його з усього масиву сучасних міфів[42, с. 42]..

Автори «Політологічного енциклопедичного словника» так визначають цей феномен: «Політичний міф – стійкий духовний витвір із штучно створеним уявленням про реальні соціально-політичні феномени і дії,

навмисно або ненавмисно прикрашені різними припущеннями, вигадками, фантазією...». Автори цього визначення наголошують на виключній штучності політичного міфу, надають цьому явищу негативного забарвлення, не враховуючи позитивної ролі міфу[37, с. 360].

Політична міфологія - інструмент, який цілком усвідомлено задіяний в інформаційних війнах і оснований на знанні людської природи. Політика стає раціональною формою використання ірраціональної сутності мас, що свої інтереси готові усвідомлювати тільки в яскравих і містичних образах. Тому керування масою спирається на знання архетипу, найдавніших психічних установок, основних емоційних станів[42, с. 42]..

Є. Макаренко зазначає, що політичні міфи виникають та існують на декількох рівнях [29]:

1. По-перше, на теоретичному рівні, пов'язаному з виробленням та функціонуванням у свідомості особистостей фундаментальних суспільствознавчих знань та цінностей, які є основою державної ідеології. Тобто міфи, які створюються на державному рівні. Об'єктом такого державного міфу є державне буття суспільства у всій багатоманітності його проявів – політика, право, економіка, соціальна сфера, релігія.

2. По-друге, на пропагандистському рівні, пов'язаному з розробкою та запровадженням загальнодоступних ідеологічних знань та цінностей, які прийнятні для масового вивчення та засвоєння масовою свідомістю за допомогою різних міфологічних форм. Тобто формування та функціонування міфів на рівні повсякденних ідеологічних уявлень та поглядів.

Процес створення політичних міфів має свою маніпулятивну технологію, ключовими елементами якої є [4, с. 221-222]:

- формування узагальненого і спрощеного контрастного уявлення про дійсність («чорне-біле», «герой-злочин», «наші-вороги» тощо);

- нав'язування ілюзії простого пояснення всіх суспільних проблем, протиріч та суперечностей, а на цій основі забезпечення комфортності та захищеності існування;
- формування образів носіїв добра і зла – героя та антигероя;
- створення паралельної віртуальної реальності, яка б привабила об'єкт маніпулювання своєю зручністю, простотою, зрозумілістю, розкривала нові перспективи, давала шанс, надію, сподівання на легкі та прості способи реалізації планів та досягнення ідеалів;
- формування драматургії міфу;
- гра на емоціях та переживаннях, спрямована на формування сліпої віри в міф, що, з одного боку, блокує критичне мислення, а з іншого є своєрідним каталізатором неадекватної інтерпретації суспільних процесів на основі поєднання реальності з вигадкою;
- штучне створення напруги між полюсами «минуле» - «майбутнє» шляхом формування певних комбінацій, вигідних маніпуляторів в той чи інший проміжок часу («ностальгія за минулим – страх перед майбутнім», «зречення минулого – перспективи світлого майбутнього» тощо);
- залучення до поширення міфу громадськості (саме за допомогою каналів зв'язку засобів масової інформації).

Г. Шиллер у своїй роботі «Маніпулятори свідомістю» наголосив на досить значимій ролі політичного міфу як ефективного механізму політичного маніпулювання в інформаційному середовищі і виділив п'ять ключових міфів, які забезпечують стабільне функціонування політичного режиму і суспільного порядку в американській державі, і які поширюються засобами масової інформації безпосередньо [53]:

1. міф про нейтралітет основних політичних і громадянських інститутів: люди вірять в нейтральність соціальних інститутів;
2. міф про відсутність соціальних конфліктів;

3. міф про індивідуалізм і особистий вибір;

4. міф про плюралізм засобів масової інформації: основна суть – наявність великого різноманіття засобів масової інформації і можливість вільного особистого вибору будь-якого з них для особистого споживання. Як зазначає автор, саме цей міф є найголовнішим міфом, що забезпечує успіх маніпуляції, що проводиться в засобах масової інформації. Вибір і різноманіття – поняття хоч і різні, але невіддільні один від одного; вибір в дійсності неможливий без різноманіття. Якщо предметів вибору не існує насправді, то і вибір тоді немає сенсу, або носить маніпулятивний характер. Вибір також носить маніпулятивний характер, коли створюється ілюзія того, що він має сенс. Інформаційні монополії обмежують інформаційний вибір в усіх сферах своєї діяльності, вони пропонують лише одну версію дійсності – власну.

5. міф про незмінну природу людини: за допомогою засобів масової інформації в суспільстві підтримується уявлення про незмінюваність «хижацької» людської природи, основною характеристикою якої є агресивна поведінка людини, а конфліктні відносини закладені самою людською природою, а не нав'язані соціальними умовами.

Отже, політичний міф є ефективним механізмом маніпулювання, оскільки він, ґрунтуючись а таких властивостях побутової свідомості як консерватизм поглядів, схематизм сприйняття, несистемність мислення, автоматизм реакції, по суті, кодує, програмує внутрішній світ людини, готуючи основу для необхідних маніпуляторів поведінки та дій.

Важливо розуміти, що перед тим як стати ефективним засобом маніпулювання міф має пройти низку необхідних дій або ж етапів. Н. Пробигайлова у своїй статті «Міф як засіб політичного маніпулювання у процесі виборів» говорить про три таких етапи[42, с. 42].

Першим етапом є процес міфотворчості, тобто штучне створення міфу чи виклик до життя міфу, що існує у масовій свідомості, але не діє. Поняття «міфотворчість» передбачає існування творчого суб'єкта, що створює міф з

якоюсь метою. Саме міфотворчість і запрограмована на маніпулювання. Тобто, міфотворчість - це цілеспрямована раціональна дія, продуктом котрої є міф з обміркованим задумом, ірраціональність якого пов'язана з несвідомим сприйняттям та поширенням міфу. Міфотворчість є процесом цілеспрямованого впливу активного суб'єкта на щось або когось. Створення політичного міфу передбачає появу чогось нового, чого раніше не існувало в актуалізованій формі[42].

Дослідник сучасного політичного міфу А. Кольєв стверджує, що політичний міф обов'язково має свого автора, на його думку, «Політичний міф – завжди чиясь вигадка, навіть якщо здається, що він породжений реальністю» [23, с. 126].

Другий - це поширення міфу, впровадження його в масову свідомість з метою створення певної громадської думки, що може впливати на процес прийняття необхідного політичного рішення. При поширенні політичного міфу важливу роль відіграє дозування подання інформації. Міфи сприймаються завдяки специфічним характеристикам міфологічної свідомості, тому відповідь на питання про причини потужного впливу міфів на натовп, масу, потрібно шукати в особливостях людської свідомості, точніше, змін людської свідомості у момент активного впливу міфів. Отже, міф виникає під дією раціоналізації, яка наповнює розумовий процес, що веде від інстинктів, емоцій, почуттів до переконань з некритичним змістом, підказаним, навіяним або запозиченим. Таким чином, відкривається шлях від відчуттів, емоцій і почуттів до ідей, тобто до повного сприйняття міфу, яке не потребує подальшої аргументації[42].

Третій – це поширення міфу в процесі комунікації та його безпосередня дія. Саме на цьому етапі починає працювати маніпулятивна функція політичного міфу. Так як маніпулювання за допомогою політичних міфів задля своєї ефективності передбачає охоплення якомога більшої кількості людей, то міфи в переважній більшості випадків поширюються в

процесі масової комунікації, тобто за допомогою засобів масової інформації (газет, радіо, телебачення, мережі Інтернет) [42].

Загалом досвід політичної боротьби ХХ ст. показав ефективність механізмів маніпулювання, що розроблялися й удосконалювалися у рамках як демократичних, так і тоталітарних режимів. В епоху техногенної цивілізації була створена й нова техніка міфу, оскільки стало очевидним, що міфи можуть створюватися точно так само і відповідно до тих же правил, як і будь яка інша сучасна зброя[42, с. 43].

Усупереч уявленню, що міф являє собою архаїчну, а отже, застарілу і тому таку, що відмирає, структуру психіки, міф не йде в історичне небуття. Можливо, вперше за всю історію людства міфотворчість стає своєрідним полігоном для відпрацювання витончених механізмів маніпулювання свідомістю величезних мас людей, ефективним засобом політичної боротьби. Сучасні міфи, що набули науково теоретичної форми, оповідають про чудеса зовсім іншого плану – про можливість побудови суспільства щастя й справедливості, всесилля науки, можливості миттєвих економічних і політичних трансформацій, переваги демократії й правового режиму, технологічний та інформаційний прогрес тощо.

Віра у подібні міфи може стати особливо значущою у періоди глибоких криз й катаклізмів (війн, революцій) у момент, коли відбувається руйнація колишніх ціннісних систем, відмирання старих ідеалів та зародження нових. Втомлене, залякане, позбавлене звичних підвалин суспільство кидається з однієї крайності в іншу у пошуках нової міфології, здатне повірити у будь-яке диво, чи відновити хоча б видимість стабільності. Цим вміло користуються сучасні міфотворці: політики, економісти, соціологи, політологи, філософи, бізнесмени, маркетологи, що складають всілякі “теорії” та “програми”, котрі покликані за короткий термін привести країну до процвітання.

Сучасний політичний міф відрізняється від архаїчних, релігійних міфів, давніх переказів гранично актуальний, конкретний, прагматичний,

адресний і функціональний, хоч у ньому і можуть бути віддзеркаленні віковічні надії, сподівання та вірування.

Російський науковець С. Кара – Мурза влучно характеризував принципову особливість сучасного політичного міфу. Він стверджував, що якщо в попередні історичні періоди у політичному житті домінували методи придушення та примушення при абсолютному ігноруванні відчуттів й думок людей, то основою сучасної політичної міфології є не пряма санкція чи заборона певних дій, а підготовка ґрунту до цих акцій – спочатку змінюють людей, аби потім мати можливість контролювати й регулювати їх дії. «Політичні міфи, - зазначає Кара – Мурза, - діють так само, як змія, що паралізує кролика перед тим, як атакувати його. Люди стають жертвами міфів без серйозного опору. Вони переможені і скорені ще до того, як виявляються здатними усвідомити, що ж насправді відбулося» [20, с. 219].

Також сучасні міфи на відміну від архаїчних, як правило, уривчасті, логічно не закінчені, такі, що пояснюють лише певний момент, епізод, а класичні міфи є цілісно оформленими оповідями, що мають логічний початок, кульмінацію та кінець, сучасні ж порівняно з ними. У політичній реальності важко відшукати цілком оформлений політичний міф. Він увесь час знаходиться у стані добудови. Але найсуттєвішою відмінністю є наявність у сучасних міфах раціонального підґрунтя. У міфології нашого часу поєднуються свідоме та несвідоме, реальне та ідеальне, раціональне та ірраціональне[42].

Суть сучасних міфів про владу та їх суперечливість (сукупність та співвідношення аргументів «за» і «проти») розкрив американський дослідник Клод Штайнер у книзі «Зворотний бік влади. Прощання з Карнегі, або Револьюційне керівництво для маріонетки». Автор виділяє три міфи про владу [4, с. 220]:

1. Усі люди володіють рівною владою.

Аргументи «за». Більшість людей, як правило вірить в ефектність системи управління власної країни. На думку пересічного громадянина,

існують гарантії, що перешкоджають зосередженню надмірної влади в руках окремих осіб і груп людей:

а) надмірному накопиченню багатств перешкоджають антимонопольні закони, диференційований прибутковий податок тощо;

б) корпорації змушені звітувати перед людьми і відкривати інформацію про свої рахунки, а також проводити засідання акціонерів;

в) діяльність політиків регулярно оцінює громадськість.

Отже, побутує думка, що одні люди володіють у суспільстві більшою владою, ніж інші, але паралельно існує віра в те, що ці відмінності не такі значні.

Аргументи «проти» К. Штайнер стверджував, що реальній рівноправності заважає правляча еліта, до якої він зараховує осіб, більшість з яких не є політиками на виборних посадах, але негласно управляє життям суспільства. Члени цієї групи знають, як досягнути бажаних результатів завдяки зв'язкам. В особистих взаєминах, на внутрігрупових нарадах, у процесі взаємодії з широкими колами виборців, політичних опонентів або прихильників вони пропонують власне розуміння влади і досягають свого, оскільки розуміють, які фактори і сили залучені до маніпулювання людьми. Їх називають елітою влади, правлячим класом, олігархами. Однак незалежно від назви, у монархічній чи демократичній країні, у султанаті чи за фашистського режиму надбагаті поведуться так, немов віддати владу народу – божевільна ідея. Ті, хто ухвалює економічні і політичні рішення, захищають владу, яка перебуває в їхніх руках, і безупинно намагаються таємно розширювати її, як тільки з'являється шанс [4, с. 221].

2. Люди практично позбавлені влади, і з цим нічого не можна зробити. Аргументи «за». Упродовж життя людина неодноразово потрапляє в такі ситуації, коли перешкоди здаються нездоланими, її охоплює безсилля, з'являються безнадійність і розчарування. У такі моменти люди, як правило, схильні звинуватити себе і вважають, що вони не варті хорошого життя, бо

недостатньо освічені ,працьовиті тощо. До того ж на чинну владу вплинути не можна, оскільки від пересічного громадянина нічого не залежить.

Аргументи «проти». Істина, вважав К. Штайнер, полягає в тому, що безсилля та ізоляція йдуть пліч-о-пліч. Навіть якщо люди позбавлені влади як індивіди, вони можуть здобути її, об'єднавши свої зусилля. Там, де безсила одна людина, вісім однодумців мають шанс на перемогу, дванадцять здатні повернути перебіг подій, а сто можуть зрушити гори. Основним засобом проти безвладдя є колективні дії. У людей, які діють організовано, з'являються широкі можливості. Ті, хто управляє, добре усвідомлюють силу влади, якою володіють організовані люди[4, с. 221].

3. Люди можуть мати стільки влади, скільки захочуть.

Аргументи «за». Згідно з цим міфом життя людини є сама таким, яке вона собі обирає. В основі міфологеми лежить думка про те, що коли посправжньому захотіти досягти успіху, то можна це зробити, а чи зуміють люди це зробити, залежить лише від них. Вони розпоряджаються власною долею, творять власну реальність.

Аргументи «проти». Дії людей регламентовані не лише власним вибором, а й реальністю. Отже, влада залежить від комплексу зовнішніх факторів (кількістю людей, готових об'єднатися; ресурсів, що є у їхньому розпорядженні; зовнішньої протидії їхнім ініціативам тощо.)

На думку К. Штайнера, щоб подолати цю міфологію, необхідно бути грамотними у питаннях влади, усвідомлювати факт існування влади і розуміти методи, що використовуються людьми, які володіють надвладдою, а також збагнути владу, якою володіє кожен. Зрозумівши, як розподіляється влада і яка її частина належить іншим людям, можна зробити крок до розуміння феномену влади і до того, щоб повернути ту її частину, яка була узурпована людьми, які володіють нею в надлишку[4, с. 222].

Також сучасні міфи, відрізняються від міфів архаїчних, тим, що поширюються не на словах, чи у вигляді текстів, а головним чином через засоби масової інформації, котрі посідають особливе місце в процесі

маніпулювання масовою свідомістю, і, котрі є потужним інструментом оперативного управління масовою свідомістю. А. Цуладзе вважає, що засоби масової інформації тоталітарні за своїм змістом, оскільки прагнуть контролювати волю людей, їх думки та почуття, і таким способом обмежують свободу особистості, пригноблюючи її[50].

Нові політичні міфи створюються за чітким планом у відповідності до особистої та соціальної психології людини і цілей маніпулятора. На думку Лернера у людини «виникає повна плутаниця понять та ніякого взаємозв'язку подій. Єдина система в котру вона здатна підставити факти – це система стереотипів, що вже склалися у неї в голові. Це система орієнтована головним чином на суперництво і боротьбу де поняття добра і зла приймаються на віру».

Вплив міфів на масову свідомість надзвичайно великий. На думку дослідників міфи пропитують усе людське буття. Спеціалісти відмічають надзвичайну стійкість міфологічних конструкцій. Змінюються особи та епохи, назви, а структурна основа міфів залишається. Наділення ситуацій і осіб міфологічними рисами підвищує їх вплив на масову без свідомість і відповідно на масову свідомість.

Чим сильніше подібність сучасних «псевдоміфів» с давніми міфами, тим більш прогнозована на них реакція та їх сприймання. Мірча Елліаде у книзі «Аспекти міфу» писав, що «нещодавні дослідження виявили ті міфологічні структури образів та поведінки, котрими користуються в своєму впливі на суспільство засоби масової інформації».

І. Дзялошинський у своїй статті «Технології маніпулювання у мас-медіа» пише про те, що засоби масової інформації використовують класичні міфологічні опозиції: хаос – порядок; життя – смерть; добро – зло; друг – ворог; могутність – слабкість; свій – чужий[13, с. 38].

У процесі «міфологізації» сучасного «героя» (політичного діяча) і ситуації як правило, реальних політичних подій) зникають реальні риси особистостей, їх інтереси, і на сцені суспільного життя з'являються герої,

що перемагають не політичних опонентів, а чудовиськ, йде боротьба не конкретних політичних інтересів, а добра і зла і т. д.

Дослідники виділяють декілька міфологічних образів, що активно використовуються на сьогоднішній момент [13, с. 38].

Покровитель - могутня та владна людина, але добра по відношенню до тебе, опора у складних ситуаціях.

Кумир – він необов’язково могутній, необов’язково добрий, але він знаменитий, користується всезагальним захватом.

Хазяїн – він може бути недобрим та не бути кумиром, але важливо не це, а те, що для нього будь-яке його слово – закон. Той хто не погоджується або порушує цей «закон» на власній шкурі дізнається, що буває з порушниками, але коли ви лояльні до Хазяїна, виконуйте його «закони» та повністю підкоряєтесь, то вам буде добре.

Авторитет – має обмежену владу і не зобов’язаний творити гарні справи. Головне те, що він розбирається краще за інших в якійсь суспільно корисній та важливій справі. До його порад неможна не прислухуватися.

Віртуоз – той хто виступає їм дає зрозуміти, що він вміє робити неможливе і тут неважливо хороше чи погане, просто – неможливе. Він зачаровує публіку і навіть суб’єкт , що зазнав від нього шкоди буде у захваті від цієї спритності.

Диявол – уособлене зло. Зло заради зла.

Отже, можна зазначити що політичний міф – це комплекс інструментів, які застосовуються з урахуванням людських слабкостей та емоційних переживань та спрямовані на досягнення особистих цілей представників політичного сектору держави у сфері реалізації політичних цілей або в контексті інформаційних війн; глибинний зміст міфу полягає в ототожненні речі, людини, дії з лаконічним, максимально спрощеним образом, «картинкою», що спонтанно створюється колективною уявою або нав’язується їй ззовні; він надає буденній свідомості системність того рівня, який не вимагає і не передбачає чітких логічних доказів, обмежуючись

зовнішніми зв'язками між явищами. Тут і простежується така ефективність і зручність використання засобами масової інформації міфотворчості і політичного міфу як механізму політичного маніпулювання. Адже засобам масової інформації вигідно актуалізувати саме буденну свідомість мас задля подальшого успішного маніпулювання, що вони власне і роблять.

А також, підсумовуючи усе вищезазначене, можна зробити висновок, що технологія міфологічного маніпулювання є ефективним засобом маніпулювання через засоби масової інформації, оскільки, ґрунтуючись на таких властивостях побутової свідомості, як консерватизм поглядів, схематизм сприйняття, несистемність мислення, по суті, кодується та програмується внутрішній світ людини, готуючи основу для необхідних маніпуляторіві поведінки і дій, а також можна стверджувати, що на сьогоднішній день у засобах масової інформації створені сприятливі умови, задля застосування міфологічних технології під час маніпулювання.

РОЗДІЛ 3. Маніпулятивні психотехнології у політиці

Останнім часом набули розповсюдження для потреб впливу на масову свідомість розробки зі сфери психолінгвістики, сугестивної лінгвістики, нейролінгвістичного програмування, еріксонального гіпнозу, психології сприйняття. Всі вони відрізняються високою ефективністю впливу і розраховані на підсвідоме сприйняття. Існує доволі багато прийомів впливу, заснованих на психології сприйняття людини.

Ось лиш деякі з них[13, с. 12 -16]:

Використання лячних тем та повідомлень – це є найбільш ефективний прийом впливу на цільову аудиторію. Страх забезпечує єдність членів групи і підштовхує до тих чи інших вчинків. Ефективність залежить від наявності певних компонентів:

- 1) загроза – найвпливовішими є загрози життю, статусу, безпеці, матеріальним статкам;
- 2) як уникнути загрози – для ефективного застосування прийому є важливим запропонувати прості та чіткі інструкції, як уникнути загрози або ж як зменшити наслідки;
- 3) упевненість аудиторії - аудиторія повинна вірити, що ці дії матимуть ефективність та аудиторія може їх виконати.

Цей метод є одним із найчастіше використовуваних як у психологічних операціях, так і в виборчих кампаніях. Однією із форм метода є використання «страху змін», бо, зазвичай, люди бояться змін, а особливо, якщо вони неочікувані та невіддільні їм. Ціль використання «страху змін» - попередження аудиторії від тих чи інших дій.

Використання контрасту – суть методу в підборі тих чи інших фактів, образів на тлі яких певні події набувають потрібного забарвлення. Такий підбір може виконуватися на макрорівні – рівні проблем і тем обговорюваних в засобах масової інформації, а також на мікрорівні – в одній статті, в одному сюжеті, листівці.

Створення контрасту – використовується у рекламі, щоб показати товар, що рекламується як дещо, що відрізняється від інших. Основним акцентом тут є емоції. Задля досягнення цієї мети використовують широкий арсенал методів побудови відеоряду рекламних сюжетів, мови та коментарів, створення спеціальних ігрових та сюжетних ситуацій.

Спрощення проблеми – багатьом людям не доставляє радості довго розбиратися в тій чи іншій проблемі, а набагато зручніше отримати просту відповідь на свої запитання, с іншого боку, багатьом професіоналам приємно чути, що, наприклад, «юрисдикція – це просто досвід людини, заплутаний застосуванням хитрих слів», а «сучасне мистецтво – просто нісенітниця», таким чином, люди потурають своєму почуттю переваги і побоювання визнати, що ці області знаходяться поза їх розумінням. Суть методу «спрощення» складається у використуванні цих психологічних особливостей людини.

Використання гумору – у рекламі гумористичні ситуації можуть реалізовуватися на рівні тексту, в тому числі слоганів, персонажів. За своєю природою гумор передбачає ту чи іншу нестандартну ситуацію, котра, як правило, добре запам'ятовується і не викликає неприйняття. Другою важливою особливістю фактора гумору є його зв'язок з позитивними емоціями. Все це призводить до високої ефективності використання даного методу[13, с. 12].

Висміювання – цей прийом активно використовується у пропаганді для висміювання певних осіб, а також поглядів, ідей, програм, організацій проти котрих йде боротьба. За вмілого використанні даного прийому за конкретною особистістю закріплюється імідж «несерйозної» і «некомпетентної особи», чії пропозиції і висловлювання не заслуговують на увагу.

Концентрація на кількох якостях чи особливостях – зазвичай реклама немає можливості впливати на споживача більш менш довгий час. Це пов'язано як з особливостями розміщення реклами, високою вартістю

рекламної вартості, так і з особливостями сприйняття реклами споживачами, котрі, як правило, намагаються уникнути впливу реклами. У зв'язку з цим у рекламі виникає гостра необхідність підвищити вплив реклами в умовах нестачі часу, короткого часу сприйняття реклами споживачем тощо. Для цього реклама в рамках одного повідомлення і оголошення концентрується лиш на деяких рисах іміджу і/або якостях товару. У якості таких особливостей і якостей може виступати образ товару, утворюючий хороший настрій підвищуючий привабливість, що сприяє покращенню здоров'я, є ознакою високого соціального статусу, пов'язаний з турботою про родину, маючий високі споживчі якості, меншу ціну у порівнянні з аналогічним товаром[13, с. 13].

Інтрига – основою цього прийому є застосування стратегії, що складається з двох етапів. Основна задача першого етапу – привернути увагу, створити елемент недоговореності, загадки, заінтригувати аудиторію тим чи іншим способом. Нерідко на цьому етапі не тільки не ставиться задача рекламувати певний товар, але навіть не використовуються рекламні слогани чи емблеми. Словом, відсутній який би то не був зв'язок з рекламованим товаром. Завдяки цьому з'являється можливість вийти із звиклих рамок рекламного ролика і звичайного рекламного інформаційного фона і залучити увагу глядача, а також уникнути неприйняття реклами, що допомагає створити і закріпити у споживача певний образ. На другому етапі здійснюється пов'язування створеного образу з тим чи іншим товаром, розкривається загадка і інтрига.

Незвичайне оформлення текстів – в літературі цей прийом називається «використання нетрадиційних текстів».

Російський дослідник І. Дзялошинський також вважає за потрібне віднести різні методики впливу на свідомість і наводить як приклад уловки, що були представлені у роботах одного з відомих американських психологів Е. Еріксона виділені наступні уловки[13, с. 12-16]:

Трюїзми – загалом, трюїзм – це очевидне твердження, тобто твердження, що відповідає дійсності. За допомогою використання трюїзмів комунікант може маскувати певні інструкції під міркування. Трюїзми застосовуються для того, щоб викликати необхідну поведінкову реакцію. Така техніка найбільш широко застосовується у радіо програмах, оскільки, саме там є найбільший аудіовплив[13, с. 13].

Допущення – робиться допущення певної поведінкової реакції. Ці допущення конструюються за допомогою мовленнєвих оборотів, що вказують час або послідовність дій. Такий вид маніпуляції діє на більш глибокому рівні і використовується не так часто як попередній.

Вибір без вибору – подається ілюзія вибору. Людині на вибір подається декілька варіантів, що влаштовують маніпулятора.

Використання протиставлень – тут розглядаються дві поведінкові реакції, що можна протиставити. Використовуючи протиставлення варто враховувати кінестетику, щоб переконати людину у наявності протиставлень. Дана технологія доволі складна та спрямована на формування у людини оціночної орієнтації. Найчастіше використовується у слоганах та інших документах політичної реклами.

Право вибору – залучаючи інтонацією увагу людини до тієї реакції котру у неї хочуть викликати пропонується повна свобода вибору. Таким чином, маніпулятор опиняється в безпрограшній ситуації, оскільки, кожна реакція принесе йому успіх. Людина ж відчуває полегшення. Оскільки, вважає, що не має реагувати певним чином. Особливість закладається, що при перерахуванні альтернатив трохи змінюється голос, коли озвучується потрібна маніпуляторів реакція. Не бажана реакція також озвучується, але зневажливим тоном. Застосування цієї техніки потребує певних навичок мовленнєвої комунікації та акторської майстерності. В більшості політико-орієнтованих передачах її легко помітити через невміння правильно її використовувати[13, с. 14].

Техніка якорю - під якорем розуміється певний образ, що викликає усталені асоціації. Вони можуть бути і зорові, і слухові, і кінетичні. Якір – це щось із зовнішнього світу, під його впливом людина відчуває певні емоції, при чому кожного разу одні й ті самі. Більшість якорів, які кожен має на даний момент були установлені самою людиною, або іншими людьми, але несвідомо, тому їх дія непередбачувана. Людина сама не знає як відреагує на певний якір. Якір можна використовувати, щоб викликати будь-яке відчуття знову і знову.

Д. Богуш пропонує віднести до психоманіпуляцій такі прийоми як залякування виборців, емоційний вплив, дозування інформації, прямий підкуп виборців, застосування нейролінгвістичного програмування, прийоми блефування та напівблефу. На його думку ці методи застосовують у відповідності з етапами зміни психоемоційного стану населення в ході виборчої кампанії, враховуючи канали сприйняття інформації людиною [31, с. 94].

Специфічною ознакою психоманіпуляцій є те, що вони побудовані на використанні особливостей людської психіки. Ще однією ознакою є використання емоційної складової як психологічної детермінанти соціальної поведінки індивіда. Будь – яка психоманіпуляція так чи інакше апелює до відчуттів, емоцій потенційного виборця.

В сучасній літературі описані різні маніпулятивні технології і прийоми котрі можна віднести до психоманіпуляцій. Серед них доволі поширеним є ті, що засновані на використанні психологічної здатності людини мислити за аналогією, переносячи характеристики одного об'єкта на інший. Завдяки психологічному механізму «перенесення» можна підвести аудиторію до асоціацій, скажімо, певного політика з ким-небудь /чим-небудь, що вже мають високий рівень довіри. Також використовують негативне «перенесення» коли аудиторію підштовхують до асоціацій з негативними фігурами. Шляхом вмілого використання «когніцій атрибуції», що вписуються в певні суспільні стереотипи, маніпулятор вибудовує такий

когнітивний ряд, що буде стимулювати виникнення «ефекту ореолу» заданої полярності. Наведемо найбільш часті згадувані прийоми такого роду[31, с.96].

Приєм «навішування ярликів», використовується з метою знеславити певного політичного актора або ідею в очах аудиторії, бездоказово застосовуючи по відношенню до нього зневажливі епітети чи метафори, о викликають негативне відношення унаслідок активізації певних стереотипів.

Приєм «яскравого узагальнення» полягає у визначенні особи, ідеї або організації узагальнюючою родовою назвою, що має позитивне емоційне забарвлення. Цей прийом також заснований на активізації певних суспільних стереотипів.

Приєм «прикриття авторитетом», коли для підтримки якогось політичного ствердження спираються на авторитет, що був завойований в іншій (не пов'язаній з цим ствердженням) області, або підвищують авторитет штучно.

Приєм «свідоцтва» (близький до попереднього), полягає у приведенні висловлювань людини, що поважають або ненавидять в аудиторії, щодо предмета маніпулятивного впливу. В таких випадках в хід йдуть поп-зірки, спортсмени, актори, тобто, люди відомі і маючі певний престиж в аудиторії на яку спрямовується маніпуляція.

Приєм «гри в простолюдина» закладається в спробах асоціювати політичного актора з стійким образом в народі «звичайної людини», «такого ж як усі», «свого хлопця».

Технологія «фургон з оркестром» суть котрої закладається у використанні схильності людей займати сторону актора (інформації, ідеї), котрого в цьому суспільстві підтримує більшість. Оскільки, люди звикли приєднуватися до «виграшної більшості», політичні актори, котрі програють, за допомогою засобів масової інформації, апелює до досліджень громадської думки, організовуючи шумні розважальні заходи, багатолюдні акції тощо,

намагаються створити враження, що вони популярні, що за них більшість, що вони вже майже переможці, а офіційні результати – питання часу.

Прийом «канонізації соціологічних опитувань» (може використовуватися самостійно або як складова технології «фургону з оркестром»). Апеляція до громадської думки дає змогу сформувати в свідомості об'єктів маніпуляції потрібне бачення реальності: визначити співвідношення політичних сил і активізувати проблемні ситуації. В цьому випадку соціологів представляють у ролі третейського судді, експерта, котрий знає, що відбувається у суспільстві і володіє конкретними цифрами. Ефективність даного прийому залежить від наявності в повідомленнях засобів масової інформації альтернативних рейтингів і результатів опитувань, а також від рівня довіри до соціологів та їх опитувань.

Прийом «повторення і дроблення». Полягає у частому поверненні до однієї теми із використанням однакових термінів, що призводить до виникнення несвідомих штампів у свідомості реципієнтів. Пропонуючи замість цілісної ситуації або проблеми її розрізнені фрагменти, маніпулятор обмежує реципієнтів в можливості побудови цілісної картини ситуації.

Прийом «сенсаційності та терміновості» - події подаються як сенсаційні, перебільшено важливі, що дозволяє відволікти увагу аудиторії від інших (можливо більш значимих) проблем.

Прийом «попереднього інтерпретування» - засоби масової інформації уникаючи розповіді про факт відразу намагаються подати його сенс «неосвіченому глядачу» під певним кутом, тим самим підштовхуючи аудиторія самостійно домислювати, що ж відбулося насправді. Емоційна подача інформації може підвищити ефективність даного прийому.

Прийом «перетасовування» (є близьким до попереднього) полягає у перетасовуванні інформації з аналізом. Тобто, факти подаються разом з оцінкою, що замаскована під факти, що підводить реципієнта до висновку, підготованого комунікатором, оскільки розмежувати інформацію і думку можуть не всі.

Поряд із сугестивними методиками дієвими є технології нейролінгвістичного програмування (НЛП). Вони виступають як найпоширеніші технології прихованого управління і досить часто застосовуються як в економічній сфері, так і у політиці. НЛП полягає у прихованій зміні мислення та дій людей за допомогою семантичного кодування, складних знакових асоціацій та являє собою технологію ефективної комунікації.

Нейролінгвістичне програмування як модель пояснення структурування людиною власного досвіду виникло на початку 70-х років ХХ століття, а саме 1973 р. – рік видання першої книги, написаної засновниками – Джоном Гріндером (професором лінгвістики з Каліфорнійського університету) і Річардом Бендлером (студента факультету математики), що була присвячена феноменові цілеспрямованого впливу семантичного коду на поведінку людей[31].

Р. Бендлер виявив закономірність: копіювання звичайною особою певних аспектів поведінки і мови відомих психотерапевтів може аналогічно вплинути на свідомість, емоції та поведінку інших людей[4].

Дж. Гріндер зацікавився дослідженнями молодого людини: «Якщо ви поясните мені, як робити те, що ви робите, я поясню вам, що саме ви робите». Після цього вони вдвох почали вивчати та аналізувати складові успіху найвідоміших психотерапевтів того часу - М. – Х. Еріксона, В. Сатір, Ф. Перлза. Гріндер як лінгвіст аналізував вербальні методи психологічного впливу на людей, а програміст Бендлер трансформував отриману інформацію в систему певних алгоритмів. Ці дослідження започаткували процес моделювання прийомів успішного спілкування, пізніше названий нейролінгвістичним програмуванням[4, с. 290].

До засновників нейролінгвістичного програмування можна також віднести Джудіт Делозьє, Леслі Кемірона, Роберт Ділтса, Джозефа О'Коннора, Джона Сеймора. У книзі “Вступ до нейролінгвістичного програмування” вони визначили НЛП таким чином: «Нейролінгвістичне

програмування – громіздке словосполучення, за яким приховані три прості ідеї. Частина “нейрон” відображає фундаментальну ідею, за якою поведінка бере початок у неврологічних процесах бачення, слухання, сприйняття запаху, смаку, дотику і відчуття. Ми сприймаємо світ через п’ять своїх органів чуттів, ми витягаємо “зміст” з інформації і потім керуємося ним. Наша неврологія містить не тільки невидимі розумові процеси, але й наші видимі фізіологічні реакції на ідеї і події. Одне просто є відображенням іншого на фізичному рівні. Тіло і розум утворюють нероздільну єдність, людську істоту. “Лінгвістична” частина назви показує, що ми використовуємо мову для того, щоб упорядковувати наші думки і поведінку і щоб вступати в комунікацію з іншими людьми. “Програмування” указує на ті способи, якими ми організуємо свої ідеї і дії, щоб одержати результати» [14].

Український дослідник О. Бойко визначив НЛП як систему опису структури суб’єктивного досвіду, що пояснює специфіку кодування набутої інформації; модель спілкування, що ґрунтується на виявленні та використанні стандартів мислення; комплекс технік та операційних технік (контекстуально залежних переконань), на основі яких моделюють ефективні стратегії мислення та поведінки[4, с. 289].

Мета використання нейролінгвістичного програмування у політичній сфері – намагання за допомогою психотехнологій проникнути у підсвідомість і, змінивши чи трансформували думки, погляди, ідеали, зумовити таку поведінку окремої людини, групи, маси, яка б максимально сприяла завоюванню, використанню та втриманню влади. Козир політичного маніпулятора полягає в тому, що об’єктові впливу не нав’язують певної думки, а штучно створюють інформаційний контекст, який стимулює «цілком самостійне» формування думок та висновків, необхідних маніпуляторові. Стійкість і довго тривалість ефекту використання НЛП у політичному процесі обумовлені тим, що об’єкти впливу вважають власними навіть їм думки [4, с. 290].

У політичній сфері застосування нейролінгвістичного програмування має певні особливості. О. Бойко виділяє дев'ять таких особливостей[4, с. 292 -294]:

- інтенсивне і систематичне використання всього спектра потенційних об'єктів впливу(індивід – група – маса). Ця особливість застосування НЛП характерна також для сфери бізнесу[4, с. 292];
- спрямування впливу технологій нейролінгвістичного програмування насамперед на масу. Такий підхід дає змогу вирішити ключове політичне питання будь – якого суспільства: «Як завоювати, використати та втримати владу?» [4, с. 292];
- активне маскування та приховування використання технологій НЛП. Якщо у практиці медичного психологічного консультування обов'язковим є ознайомлення клієнта з основами нейролінгвістичного програмування перед їх використанням, то у бізнесі і політиці застосування енепїстських психотехнік – глибоко утаємничена дія. Ця особливість обумовлена кількома чинниками: а) у політиці наміри ініціатора застосування технологій НЛП не завжди позитивні; б) психотехніки НЛП у політиці є не так засобом розв'язання проблем окремої людини, як своєрідною ефективною зброєю у боротьбі з конкурентами за електорат[4, с. 293];
- цинїзм ініціаторів використання технологій НЛП. Маніпулятивне застосування нейролінгвістичного програмування щодо безликої маси значно знижує моральний поріг порівняно з аналогічним використанням цієї технології стосовно конкретної людини[4, с. 293];
- спрощення базових енепїстських процесів калібрування, рапорту тощо, оскільки вони у політичній сфері, як і у сфері бізнесу, часто стосуються значної кількості людей[4, с. 293];
- систематичне порушення одного з ключових принципів НЛП – «екологічності». Суттю цього положення є те, що будь-яка зміна у системі поглядів, світогляді окремої людини повинна органічно

суміщатися з іншими складовими системи, до якої вона належить [4, с. 293];

- залежність частоти та інтенсивності використання технологій НЛП від своєрідного «ефекту піраміди влади». Частота та інтенсивність використання психотехнік зростає у процесі боротьби за право ступити на вищі і найвищі щаблі влади. Це пояснюється кількома причинами: а) чим вища посада, тим необхіднішою є підтримка великої кількості електорату, на який потрібно терміново впливати; б) освоєння НЛП інтелектуально складне, тому не всі політики можуть оволодіти ним, хоча саме ці знання вже досить давно входять до своєрідного «джентльменського набору» сучасного перспективного політика вищого ешелону влади; в) ускладнене сприйняття психотехнік нейролінгвістичного програмування, їх висока технологічність зумовлюють, з одного боку, формування обмеженого кола професіоналів у сфері нейролінгвістичного програмування, здатних навчити та надати психолого-методичну підтримку політикам, з іншого – високу ціну їх послуг[4, с. 293];
- відсутність об'єктивної оцінки реальної сили впливу технологій НЛП на суспільні процеси. Оцінна амплітуда, поширена у засобах масової інформації та громадській думці, надзвичайно широка: від міфологізації, гіперболізації ролі НЛП, яке нібито здатне зомбувати суспільну свідомість, до недооцінювання технологій НЛП, визнання їх політичним шаманством та шарлатанством[4, с. 294];
- демонізація психотехнік НЛП, нав'язування суспільній думці ідеї щодо їх виняткової антигуманності. За цим стоїть небажання розпізнати справжню суть нейролінгвістичного програмування: воно є лише ефективним засобом впливу на мислення, емоції та поведінку людини, за допомогою якого можна зробити як зло(зомбувати, підбурювати маси на протиправні дії, створювати міфічні образи лідерів, деморалізувати, блокувати позитивну громадську активність тощо), так

і добро(знаходити спільну мову у переговорах, мобілізувати людей для виконання позитивної суспільно значущої справи, спрямовувати всі їх сили на досягнення поставленої мети, зосереджуватися на намічених цілях і творчо розв'язувати проблеми тощо). Це так само, як звичайний ніж, може стати зряддям убивства чи інструментом для приготування їжі. Усе залежить від моралі, позиції та намірів того, хто застосовує ці технології для впливу на суспільні процеси. Російський енепїст О. Ситникова зазначав: «Методи досить ефективні та сильні, і якщо вже починаєш кому-небудь допомагати, потрібно бути цілком упевненим, що це та сама людина» [4, с. 294].

У політиці застосування НЛП набуло найширшого розповсюдження у практиці організації та проведення виборчих кампаній. Найбільше поширена форма використання НЛП при взаємодії із аудиторією це така постановка питання, яка містить певну бажану інформацію, своєрідну “підказку”, заготовлену відповідь на поставлене питання.

Управління інформацією є однією із ключових технологій маніпулювання та в зв'язку із набуттям популярності засобів комунікацій стає однією із найбільш розповсюджених маніпулятивних технологій у політиці. Технології маніпулювання інформацією піддалися детальному аналізу у роботі Є. Доценка [10,с.193] й можуть, на думку Доценка, варіюватися від таких часткових деформацій, як підтасовка фактів, чи зсув по семантичному полю поняття, до відвертої неправди. Отже, можна виокремлювати кілька технологій маніпулювання інформацією:

- приховування інформації, що проявляється в замовчуванні – приховуванні визначених сюжетів чи тем;
- метод подачі інформації часто грає ключову роль в тому, щоб зміст повідомлення був сприйнятий так, як хотів відправник;
- так само інформація, що подається маленькими частинами, не дає можливості ефективно використовувати її;

- компонування тем таким чином, щоб навести одержувача інформації на цілком однозначні висновки;
- момент подачі інформації є одним із найбільш відомих прийомів – показ в спеціальний час;
- підпорогова подача інформації, котра допускає технології від грубих методик двадцять п'ятого кадру до формування складних почуттєвих чи значеннєвих асоціативних зв'язків[10,с.193].

Узагальнюючи напрацювання західних спеціалістів з нейролінгвістичного програмування О. Бойко виділив дві групи технологій, прийомів(методів) впливу – нелінгвістичні та лінгвістичні.

Серед основних нелінгвістичних технологій можна виділити наступні (за О. Бойко)[4, с. 326-328]:

- прийом експлуатації аудіопатернів - утворення через підлаштування до дихання, інтонаційної гри додаткового образу, що наче увиразнює та відтіняє, а за потреби спростує й перекреслить той образ, що формувався вербально [4, с. 326];
- прийом застосування візуальних архетипів – граючи за рахунок того, що підсвідомість особи має певні архетипи і той хто маніпулює для просування політика чи боротьби із ним ставить його в відеоряд поряд із відповідними необхідній цілі архетипами[4, с. 326];
- прийом маркування тексту - виділення у всьому масиві тексту декількох слів або літер, що, якщо у разі читання лише, їх, будуть мати власний сенс і викликати необхідну маніпуляторіві реакцію[4, с. 326];
- прийом застосування субмодальностей - застосування особливостей та характеристики зображень чи звуків задля утворення потрібного позитивного чи негативного емоційного фону, формування певної схильності до активності чи пасивності на підсвідомому рівні, що уможливив би контроль емоцій об'єктів маніпулятивної дії різних субмодальностей[4, с. 327];

- прийом використання каталепсії (завмирання людини у певній позі) використовуючи прийом, політики намагаються втримати руку партнера під час рукостискання[4, с. 327];
- прийом вікової регресії - нарочитий показ картини чи образу минулого, під час котрого людина, група чи маса охоплює легкий транс ностальгії [4, с. 327];
- прийом заміни шаблонів - можливість досягти потрібних тому хто маніпулює змін в світобаченні та діях окремих людей, груп чи мас шляхом заміни звичних, відпрацьованих алгоритмів та нав'язування інших поведінкових моделей[4, с. 327];
- прийом оцінювання поведінки як результату позитивного наміру - проведення межі між намірами та реальною поведінкою [4, с. 328];
- прийом гри на асоціації або дисоціації – намагання того хто маніпулює викликати у об'єкта впливу залежно від цілі асоціативний спогад, який зумовлює переживання минулого досвіду так гостро, ніби все це відбувається зараз, або дисоційований спогад, у процесі котрого особа виконує роль глядача, що просто проглядає відеозапис подій за участю іншої особи[4, с. 328];
- прийом підлатування - до окремих людей, груп, мас з ціллю здійснити психологічний маніпулятивний вплив[4, с. 328].

Переходячи до лінгвістичних технологій, варто зазначити, що їх перелік доволі великий, О. Бойко пише про щонайменше сорок п'ять прийомів, але оскільки робота має свій визначений обсяг наведемо лише основні з цих прийомів[4, с. 328-345]:

- зміна фокусу уваги в часовому просторі - блокування думок стосовно минулого, орієнтація людей, груп, мас на позитивний результат на сучасному етапі і у сьогоденні; перенесення фокусу уваги об'єкта впливу із спроб змінити поведінку інших на те, що людина може зробити, щоб покращити ситуацію[4, с. 328];

- прийом розкручування – спеціальна заміна рівня чи масштабу розгляду проблеми або суперечностей. Даний прийом є одним із найбільш поширених технологій у НЛП[4, с. 329];
- прийом рефреймінгу контексту - стимулювання можливості людей, груп, мас подивитися на поведінку або подію з іншого боку; заміна контексту на той, в якому те, що пов'язане із проблемами, постає як деякий позитив чи цінність [4, с. 329];
- прийом рефреймінгу змісту - зміна значення змісту поведінки чи події без зміни контексту[4, с. 329];
- прийом рівності - відмова спілкуватися шляхом боротьби за домінування, підкорення й перехід до принципу рівності[4, с. 329];
- прийом псевдовибору - утворення штучних ситуацій, котрі дають змогу тому хто маніпулює уникати етапу агітації, переконання[4, с. 329];
- прийом припущення - формування думки таким способом, аби пропустити момент доказу [4, с. 329];;
- прийом закладання міни в підрядкованих реченнях - формулювання і позиціювання думок, спрямованих на підсвідомість, не у головному, а у підрядному реченні із подальшим закріпленням в декількох наступних реченнях[4, с. 330];
- прийом умонтованих пресу позицій - вплітання в контекст речення певного твердження, що не змінює свого змісту навіть за умови переформулювання цього речення як заперечного [4, с. 330];
- прийом утворення психічних вірусів – тобто, інформація, котра існує в свідомості людини, може суттєво вплинути на перебіг певних подій та має тенденцію до самовідтворення, самопосилення та самопоширення[4, с. 330];
- прийом зміщення фокуса уваги – під час спілкування увага слухача (слухачів) з основних проблем на деталі. Складається враження, що проблема “нібито розв’язана”, і це сприймається безсумнівно[4, с. 330];

- прийом трюїзмів - застосування техніки, що викликає у співрозмовників бажання погодитись, що різко понижує здатність до свідомого супротиву та уможливорює вплив на підсвідомість[4, с. 332];
- прийом конкретного образу - задля налагодження контакту, професійний маніпулятор під час спілкування найчастіше вдається до неоднозначних за змістом слів, понять, оцінок; коли контроль над об'єктом маніпулювання вже встановлено, мова ініціатора впливу стає більш категоричною та конкретною[4, с. 334];
- неодноразове повторення та виділення ключових тез - тиражування та акцентування базової тези виступу з метою її фіксації у свідомості та пам'яті співрозмовника[4, с. 334];
- прийом слів-команд - гра гонором опонента, його намаганнях продемонструвати власну професійність та компетентність[4, с. 334];
- прийом використання цитат, що націлюють та програмують - вживання в потрібний момент крилатого вислову, що підтверджує думку того хто маніпулює; виголошення потрібної ідеї, концепції після нечітких слів
- прийом використання метафор і притч[4, с. 337];
- прийом штучного обмеження вибору – людині нав'язують максимально обмежений, проте комфортний маніпуляторіві “альтернативний” вибір шляхом непомітного, але суттєвого зменшення кількості можливих варіантів розв'язання проблеми[4, с. 337];
- прийом акцентування - свідомий та цілеспрямований наголос на ключових словах, котрі необхідно донести до об'єкта маніпулювання [4, с. 338];
- прийом штучного упорядкування - спроба акцентованим перерахуванням (по-перше, по-друге, по -третє...) створити у людини ілюзію порядку, послідовності, логічного зв'язку там, де насправді їх немає [4, с. 338];

- прийом застосування контрастів - звуження можливих альтернативних рішень шляхом застосування принципу “або – або” з метою здійснити “логічний тиск” на опонента та підпорядкування його власній аргументації[4, с. 338];
- прийом мовного зв’язування - вплітання у надмірно емоційне, швидке, а інколи навіть сумбурне за змістом мовлення реплік, що мають за мету деморалізувати партнера, його спантеличення, зниження рівня критичності сприйняття інформації, тобто встановлення психологічного контролю над поведінкою співрозмовника[4, с. 339];
- прийом прихованих підказок - побудова моделі спілкування за схемою, у котрій спочатку йде речення, далі, речення в котрому звучить прихована підказка бажаної дії, а потім імітація об’єктивності, котра й забезпечує нейтральний відхід ініціаторові маніпулятивного впливу[4, с. 340];
- прийом фальшивих причинно- наслідкових зв’язків - приписування суб’єкту чи об’єкту маніпулятивного впливу усіх провин за прорахунки в діях та вчинках маніпулятора [4, с. 341];
- прийом комплексного еквіваленту - об’єднання фактів, що не пов’язані один з одним та не мають чіткого причинно - наслідкового зв’язку, а поєднані лише передбачуваним домислюваним логічним зв’язком [4, с. 341];
- прийом концептуальних припущень - спотворення змісту комунікативного акту шляхом застосування певних стверджень, котрі без доказів сприймаються як правильні[4, с. 341];
- прийом кванторів спільності - квантор спільності –набір слів, за допомогою котрих здійснюється універсальне узагальнення. Шляхом такого узагальнення враження, котре стосується одиничного факту чи однієї людини, переноситься при оцінці на всю поведінку людей (груп,

мас). До кванторів спільності можна віднести такі слова, як “все”, “ніколи”, “кожен”, “завжди” і “ніхто ”[4, с. 343];

— прийом модальних операторів – застосування людиною, котра маніпулює з метою здійснення психологічного впливу модальних операторів, котрі визначають кордони моделі світу й модель дії людини[4, с. 343];

— прийом втраченого перформатива - висловлення оцінної думки без зазначення її суб’єкта чи джерела інформації [4, с. 344];

— прийом звичайних видалень - свідоме вилучення з процесу спілкування інформації про людей чи предметів тощо. Внаслідок цього слухач починає шукати свої відповіді на питання, що можуть виникнути в процесі прослуховування[4, с. 344];

— прийом неповних порівнянь - вживання при висловленні оцінних суджень порівняння без вказівки на те, з чим або з яким стандартом відбувалось зіставлення [4, с. 345];

— прийом вживання невизначених дієслів - застосування у комунікативному процесі дієслів, котрі не дають уявлень про конкретний спосіб дії. Лексеми на зразок, “контролювати”, “аналізувати”, “вдалось”, “шкодити”, “демонструвати ” не дають створювати у свідомості чітку картину процесу, що триває[4, с. 345];

— прийом установлення якорів - “прив’язування” окремих сигналів до певних моделей переживань й станів, котрі у подальшому можуть викликатися штучно[4, с. 347];

— прийом колапсування “якорів” - одночасна активізація позитивних та негативних “якорів”, котрі ніби накладаються один на одного. Коли людина одночасно переживає дві різні емоції, вони ніби взаємонейтралізувалися. Основним ефектом колапсування “якорів ” для людей, груп, мас є неприємне відчуття невизначеності, тимчасова

дезорієнтація і втрата орієнтирів, деморалізація, внутрішній конфлікт, котрий постійно наростає[4, с. 348].

Отже, загалом можемо говорити, що НЛП володіє потужним арсеналом засобів психологічного впливу, за допомогою котрих можливі здійснення корегування мислення, емоцій та поведінки як окремих осіб, так і значної кількості осіб. Прийоми НЛП у політичній сфері можуть використовувати як: а) інструмент реалізації позитивних намірів; б) потужний засіб маніпулятивного впливу з негативними намірами.

РОЗДІЛ 4. Протидія політичному маніпулюванню у засобах масової інформації

Технології політичного маніпулювання у засобах масової інформації не обмежуються лише наведеними мною у попередніх розділах, але, навіть з них видно, що прийомів політичного маніпулювання через засоби масової інформації існує доволі багато, що в свою чергу, підводить до логічного питання, як захиститися від політичного маніпулювання та, які існують шляхи протидії політичному маніпулюванню.

Захист від маніпулювання, як визначає О. Бойко, – це система дій, спрямована на усунення або зведення до мінімуму негативних переживань (відчуття тривоги, невпевненості, вини, дискомфорту) та можливих втрат, що можуть травмувати особистість [4, с. 382].

Сутність захисту від політичного маніпулювання полягає у захисті прав особистості на вільне волевиявлення стосовно існуючої форми правління, структури офіційної влади, діючих політичних сил тощо. Не дивлячись на те, що політичне маніпулювання у засобах масової інформації – це маніпуляція в рамках масової комунікації, все ж на всіх рівнях захисту об'єктом захисту є особистість, цим і обумовлені всі захисні методи й прийоми, що ґрунтуються на стратегії захисної поведінки індивіда як члена групи.

Варто відзначити, що існує чотири рівні захисту, а саме: захист цілісності Я; підтримка позитивного Я-образу в міжособистісній взаємодії; захист цілісності групи у відповідь на внутрішню загрозу розпаду; захист цілісності групи від руйнівних факторів міжгрупової взаємодії[4].

Залежно від характеру захисних дій науковці поділяють захист від маніпулювання на несвідомий та свідомий [16, с. 55].

Несвідомий захист від політичного маніпулювання в засобах масової інформації ґрунтується, так само як і захист від будь-якого іншого маніпулювання, на використанні захисних механізмів психіки, тобто механізмів, що забезпечують усунення чи мінімізацію негативних

переживань, які травмують особу, її самооцінку, образ свого Я. Захисні механізми психіки діють непомітно на рівні підсвідомості, тому людина не усвідомлює причин, мотивів, цілей, факту своєї захисної поведінки щодо певного явища, об'єкту чи події, яку висвітлюють засоби масової інформації[16].

Можна виокремити такі основні (базові) захисні механізми/установки психіки (список не є вичерпним), які фактично виступають способами протидії політичному маніпулюванню, хоча й можуть носити несвідомий характер [14, с. 201 -205]:

- заперечення – несвідома відмова від непотрібної для самооцінки інформації[14, с. 202];
- відхід – збільшення дистанції, переривання контакту, вихід за межі досяжності дії[14, с. 202];
- витіснення (вигнання) – збільшення дистанції, видалення, витіснення джерела інформації[14, с. 202];
- блокування – встановлення контролю за діями маніпулятора; виставлення перешкод[14, с. 202];
- управління – контроль над процесом дії, вплив на його характеристики і джерело дії[14, с. 203];
- завмирання – контроль інформації, котра відноситься до самого суб'єкта захисту, її спотворення або скорочення подання[14, с. 203];
- ігнорування – контроль інформації про джерело дії, наявність або характер загрози (небезпеки); обмеження кількості такої інформації або її спотворене сприйняття [14, с. 203];
- раціоналізація – вербалізація на перший погляд логічних думок і висновків для хибного пояснення, виправдання своїх невдач; знаходження помилкових, але прийнятних для особи пояснень, які виправдовували б її вчинки[14, с. 204];

- інтелектуалізація – неусвідомлюваний контроль над емоціями та імпульсами, який людина встановлює за допомогою просторових міркувань, побудова гіпотез і теорій, що мають за мету пояснення причини певної невдачі об'єктивними життєвими обставинами, а не суб'єктивними факторами[14, с. 205];
- ідеалізація – перебільшення сили і авторитету когось/чогось[14, с. 205].

I. Дзялошинський[13] також пише про такі механізми психологічного захисту як:

- придушення – блокування негативної інформації чи при її надходженні в пам'ять людини з сприймаючої системи, чи при виведенні з пам'яті при згадуванні[13, с. 39].
- проекція – заміна себе чи своєї групи, що стали об'єктами негативної інформації на інших індивідів і груп[13, с. 41].
- ідентифікація – заміна в свідомості компонентів інформації, котрі стосуються приналежності іншій особі благородного вчинку чи позитивної риси, яка недостатньо виражена у самої людини[13, с. 41].
- раціоналізація – відфільтрування та заміна у свідомості одночасно двох компонентів інформації, котрі стосуються реальних мотивів і оцінки неблагородної дії чи риси. Суспільно не підтримуваний мотив замінюється на суспільно прийнятний, оцінка негативна при істинному мотиві – на позитивну при вже зміненому прийнятному мотиві[13, с. 42].
- відчуження – відфільтрування компонентів інформації, що стосуються негативної емоційної оцінки особистих неблагородних дій або рис і їх належності собі. Вони не замінюються на інші, а блокуються. Таким чином, перериваються зв'язки між змістовною частиною інформації і її оцінкою[13, с. 42].

- заміщення – відхилення неприйнятної дії від вихідної мішені і направлення її чи на інші мішені, чи на інший простір реалізації [13, с. 42].
- катарсис – перебудова системи цінностей людини. На відмінну від інших видів захисту, дія катарсису призводить до зміни відношення до локальних подій або до зміни направленості дії під впливом системи цінностей, що склалася. Необхідною умовою перебудови системи цінностей виступає надзвичайно потужне порушення емоційної сфери. Вихідна система цінностей корегується таким чином, що змінюється масштаб значимості події [13, с. 43].

Грачов [10], досліджуючи специфіку прояву захисних установок в умовах впливу на особу інформаційно-психологічних чинників у різних інформаційно-комунікативних ситуаціях, наводить особливості трьох типів ситуацій: міжособові (дія особи на особу); контакт-комунікативні (дія на особу під час проведення мітингів, зборів тощо); медіа-комунікативні (дія на особу засобів масової інформації). На останніх варто звернути увагу.

Грачов наповнив деякі базові захисні установки, що були відомі раніше, новим ширшим сенсом, відповідно до особливостей медіа-комунікативних ситуацій:

- відхід - ігнорування певних каналів засобів масової інформації, теле -, радіопрограм, газет, статей, рубрик.
- вигнання (витіснення) – широкий діапазон дій: від м'яких (відключення від каналів інформації) – до агресивних (спроби фізичного знищення джерела комунікації).
- блокування – створення й використання психологічних бар'єрів; підвищення негативізму; емоційне відчуження; приниження джерела (осміювання, розвінчання авторитету); неухважність.
- управління - практично неможливе. У деяких випадках за рахунок використання зворотного зв'язку як спробу управління можна досягти

певного ефекту – зміни рейтингу популярності певних каналів засобів масової інформації.

- завмирання (маскування) – відмова від швидкої реакції, поспішних висновків і оцінок, затримка або відмова від дій і вчинків, спровокованих інформаційною дією (для подальшого раціонального і зваженого аналізу із залученням додаткових даних).
- ігнорування – ігнорування інформації як засобу маніпулювання особою в різних аспектах (чуток, дезінформації, фальшивих прогнозів, кон'юктурних оцінок тощо).

На груповому рівні мета захисту полягає у ліквідації загрози соціальній ідентичності індивіда шляхом збереження існування групи як цілісного і самостійного суб'єкта міжгрупової взаємодії. Основними стратегіями в реагуванні групи на загрозу порушення групової цілісності є[48]:

- організаційно -діяльнісна стратегія (полягає у зміні функціональної та операційно-технічної складових групової діяльності: перерозподілі функціонально -рольових взаємин між членами групи, збільшенні або зменшенні чисельності, яка забезпечує зміну типу та характеру взаємодії групи із середовищем і предметом спільної діяльності)[48];
- стратегія когнітивно-афектного переструктурування ситуації (змінює мотиваційно-сміслові аспекти спільної діяльності, і не торкається об'єктивних характеристик)[48].

Стратегії психологічного захисту реалізуються завдяки використанню групових захисних механізмів, що покликанні стабілізувати ситуацію у групі [16, с. 56]. Проте, такі механізми досить часто мають негативний характер і вплив.

Серед таких механізмів, зокрема[16, с. 56]:

- групове табу (заборона спілкуватися на «небезпечні теми» внутрігрупового життя, тобто теми, обговорення яких може призвести до руйнації групи);

- створення ілюзії невразливості (формування неадекватних уявлень про ступінь могутності правлячих кіл, які вони можуть поширювати (в тому числі за допомогою засобів масової інформації), використовуючи своє привілейоване становище);
- однодумність (насадження стилю мислення, що ігнорує альтернативні думки формулює однотайність);
- колективна раціоналізація (відстоювання правильності й правомірності своїх неадекватних й безвідповідальних дій старою датою);
- груповий ритуал (спільна дія, що консолідує групи та зміцнює її єдність).

О. Бойко до цих механізмів додає також [4, с. 393-394]:

- самоізоляцію (обмеження контактів членів групи із зовнішнім світом, із засобами масової інформації, зосередження їх уваги на діяльності всередині групи)[4, с. 393];
- груповий міф (система поглядів та образів, що виділяє групу серед інших спільнот і сприяє її єдності) [4, с. 393];
- самоцензуру (придушення власних сумнівів шляхом апелювання до точки зору, виробленої груповим мисленням) [4, с. 394];
- формалізацію внутрігрупової комунікації (побудова процесу обміну інформацією на основі прийнятої в групі моделі статусної ієрархії) [4, с. 394].

Дія захисних механізмів психіки людини досить неоднозначна й суперечлива: з одного боку, у відповідь на маніпулювання (загрозу) вони на рівні підсвідомості спотворюють, підмінюють або фальсифікують реальність; з іншого – допомагають людині не лише швидше адаптуватися до складної (нової) реальності, а й у деяких випадках не підпасти під вплив маніпулятора[48].

Ефективність колективного психологічного захисту залежить від рівня згуртованості колективу, якості управління, наявності звичних, усталених і чітких соціальних норм поведінки. Проте, тут можна зіткнутися із проблемою панування в сучасній реальності «психологічного натовпу», який, по суті, не об'єднаний спільним простором. Це ставить під сумнів можливість згуртованості. А засоби масової інформації, як засіб маніпулювання, за допомогою механізмів і прийомів фактично задають соціальні норми поведінки, тому їхня наявність не може вважатися критерієм для ефективного захисту від політичного маніпулювання загалом та в засобах масової інформації, зокрема.

Усвідомлення людьми власної вразливості сприяє їх належній підготовці до відповідного психологічного захисту [22]. Саме тому, ефективнішим є свідомий захист від політичного маніпулювання. Першим його етапом є виявлення і розпізнання процесу маніпулювання.

Головною ознакою того, що людиною маніпулюють, є відчуття нею незручності, внутрішньої суперечності і боротьби: людина не хоче, але має.

На етапі виявлення і розпізнання маніпулювання важливим є контроль [27, с. 104] і моніторинг емоцій, тобто спостереження за ними в динаміці [16, с. 56]. Це дає змогу виявити ознаки маніпулювання на самому початку.

Найпоширенішими серед них є:

- дисбаланс (суперечність, амбівалентність емоцій) [4, с. 398];
- незвичність емоцій (переживання емоцій, що не відповідають ситуації) [4, с. 398];
- повторюваність емоцій (систематичне виникнення однакових емоцій в момент зустрічі з якимось особами чи в момент перегляду/прослуховування засобів масової інформації) [4, с. 398];
- різкий сплеск емоцій, який може здатися невмотивованим за певних обставин [4, с. 398].

Щоб визначити наявність факту маніпулювання необхідно виконати ряд послідовних дій:

- Запитання до себе, що було: хто, що, де, коли, з якою ціллю, яким способом, з якими співучасниками. Кожна із цих обставин може висвітлити певний аспект справи.
- Відокремлення встановлених фактів від сумнівних та від невідомого.
- Не задовольнятися готовим поясненням фактів.
- Знайти внутрішній зв'язок подій. Не можна визнати факти, що ще не мають пояснень, другорядними чи несуттєвими.
- Відокремлювати важливі факти справи, розташовувати їх в часовій послідовності та осмислити кожен з них.
- Змінювати передбачувані умови місця й часу.
- Віднайти суперечності у вже відомих фактах.

Якщо людина відчуває, що її емоції експлуатують, то вона, в першу чергу має уникати продовження і погіршення цієї ситуації, а згодом проаналізувати те, що відбувається. Якщо ж уникнути такої ситуації не вдається, необхідно перед прийняттям рішення розглянути весь діапазон можливих варіантів виходу з неї, поки не буде знайдено оптимальний [27, с. 105].

В. Козлова [22] наводить ряд прийомів для захисту від політичного маніпулювання в засобах масової інформації:

- Метод поточного раціонального самоконтролю. Фактично зводиться до контролю за часом мислення. Людина, яка усвідомила, що домислює за кимось думки, які не є її власними думками, повинна взяти під контроль свої думки і «відсіяти» чужі.
- Метод інтроспекції. «Заглядання» в себе, усередину своєї підсвідомості; важливо довіряти своїй інтуїції і підсвідомості. Відчуття тривоги від того, що тобою маніпулюють дуже часто є не безпідставним.
- Метод медитації. Розслаблення і зосередження уваги, концентрація на об'єкті.

Також, варто пам'ятати, що інформаційна поведінка особи є доволі важливими захисним механізмом, дослідники звикли її оцінювати за такими параметрами як:

- рівень контактів з середовищем: відкритість, інтенсивність, усвідомленість сприйняття інформації – мають сприятливий вплив на інформаційну поведінку особи;
- формування ціннісних установок: звичка аналізувати інформаційну поведінку, довіра перевіреним джерелам, розуміння, що достовірність інформації збільшується у результаті звернення до альтернативних джерел;
- і головне, що характеризує позитивну інформаційну поведінку особистості, - це бажання бути проінформованим.

Для успішного захисту від політичного маніпулювання в засобах масової інформації необхідним є дослідження мотивації джерела повідомлень та їх надійності, раціональності самого повідомлення чи проблеми [27, с. 104].

С. Кара-Мурза пропонує такі прийоми захисту від політичного маніпулювання в засобах масової інформації [20, с. 818-828]:

- Зменшення часу контактування[20, с. 818].
- Ухилення від контактування [20, с. 818].
- Відмова від контактування[20, с. 820].
- Зміна темпів. Сенсаційність і терміновість новин дуже часто є примарною, тому потрібно максимально з розумом ставитися до інформації і бажано не піддаватися тому ритму подачі і споживання інформації, що нав'язують засоби масової інформації [20, с. 821].
- «Відсіювання шумів». Стійкість до маніпулювання знижується, коли поряд з повідомленням, що «вживлює» певну ідею, на свідомість людини впливають «перешкоди». Тобто, коли людина отримує повідомлення у якому може бути прихована ідеологічна

- «контрабанда», потрібно відфільтрувати шуми, що слугують перешкодами при обмірковуванні саме цього повідомлення[20, с. 822].
- «Вимкнення» емоцій[20, с. 822].
 - Діалогічність мислення. Людина має навчитися говорити само із собою, ставлячи питання і відповідаючи на нього самостійно, вміти прислухатися до себе, з'ясовуючи правду і аналізуючи факти[20, с. 823].
 - Створення контекстів. Через те, що одним з головних прийомів маніпулювання є втиснення проблеми у штучно побудований контекст, то й захисним засобом буде неприйняття запропонованої постановки питання, заміна нав'язуваного контексту іншим, збудованим незалежно від можливого маніпулятора[20, с. 824].
 - «Ввімкнення» пам'яті, проєкція в майбутнє. Пам'ять та передбачення - основа психологічного захисту проти маніпулювання, тому -то вони і є одними з головних об'єктів руйнівних дій[20, с. 826].
 - Зміна мови. Відмова від мови, котрою викладається проблема у засобах масової інформації. Не прийняття їх мови, їх термінології, їх понять, а переказати ту ж саму суть, але іншими словами, уникаючи будь-яких ідеологічних категорій, зрозумілими «простими» категоріями і словами[20, с. 828].

Загалом захист від політичного маніпулювання в засобах масової інформації або протидія йому, в першу чергу, зводиться до зменшення уразливості до маніпулювання і тут, доцільно, говорити про три стратегії зменшення уразливості до маніпулювання[27, с. 104]:

- Передбачає регулювання та обмеження у законодавчому порядку методів маніпулювання, а також надання їм якостей «чистоти», «ясності» та «чесності». Але таке регулювання може зазіхати на свободу слова[27, с. 104].

- Самого знання громадянина про наміри інших маніпулювати ним, недостатньо для запобігання маніпулюванню, тут важливо й те, що він зробить далі з цим попередженням, як воно допоможе йому в підготовці до отримання маніпулятивного повідомлення й оцінки його змісту[27, с. 104].
- Передбачає вироблення методів супротиву маніпулятивному переконанню з конкретної проблеми. Аби зміцнити уже сформовані уявлення людини з певної теми, варто спочатку усвідомити їх вразливість, а далі – для успішного захисту свідомості необхідні «мінімальні тренувальні атаки» на особисті відчуття. Саме такі «атаки» й формують здатність особи до спротиву подальшим маніпуляціям, створюючи мотивацію задля захисту власних переконань, а також набуття певної практики організації інформаційно-психологічного захисту особистості, а, таку, кращого її «озброєння» задля спротиву впливу серйозніших технологій такого типу [27, с. 104].

Л. Кучма також наводить дві стратегії, що корелюються із формами свідомого захисту, і які може використовувати людина для протидії маніпулюванню[27, с. 104]:

- пасивна протидія політичному маніпулюванню. Вона може проявлятися у прийнятті людиною «правил гри», запропонованих маніпулятором, із одночасним збільшенням її дистанції до ініціатора такого впливу. Людина може уникати спілкування з останнім, ставити під сумнів чи ігнорувати форму та зміст його ідей[27, с. 104].
- активна протидія маніпулятору, заперечення запропонованих ним «правил гри», а також викриття його методів для інших[27, с. 104].

Друга стратегія неможлива без певного рівня політичної освіти громадян країни, їх компетентності у політичній сфері суспільства, на переконання Л. Кучми [27, с. 103 -104].

Мета активного захисту - це викриття того хто маніпулює та завдання йому удару у відповідь – протидіяти [4, с. 404]. Активний захист проходить в своєму розвитку декілька етапів: 1. аналіз (встановлення факту маніпулювання; оцінки та усвідомлення змісту маніпулювання); 2. підготовка (встановлення контролю над емоціями); 3. Сама дія (збивання маніпулятивного впливу з темпу й ритму; викриття факту маніпулювання; протидія маніпулюванню).

Говорячи про захист від політичного маніпулювання, не варто забувати про механізми нейтралізації маніпуляцій. Існує декілька способів нейтралізації[48]:

- Відкрите обговорення недопущення використання маніпуляцій. Цей прийом зазвичай використовують напередодні дискусії, полеміки чи суперечки, коли сторони відкрито домовляються не застосовувати одне до одного хитрощів. Однак досягнутий «мир», як показує практика, часто порушується і тоді необхідно використовувати інші прийоми нейтралізації хитрощів[48].
- Викриття сутності хитрощів. Даний спосіб нейтралізації стане ефективним, якщо вдасться не тільки назвати використовувану хитрість «по імені», але і детально пояснити оточуючим її призначення і особливості застосування в тій чи іншій ситуації. В цьому випадку розкриття хитрості покаже її автору, що протилежна сторона також озброєна знанням цих хитростей і може публічно розкривати їх сутність і в майбутньому. В такій ситуації, коли ініціатор хитрості стає явним, зазвичай обидві сторони, переконавшись, що підловити одне одного і залишитися непоміченими не вийде[48].
- Повторне нагадування щодо недопущення застосування хитрощів. Цей прийом базується на реалізації двох важливих принципів «розумному достатньо натяку» та «від розумного достатньо натяку». Однак, навіть після відкритого обговорення недопущення використання по

відношенню одне до одного хитростей у кожній зі сторін все ж залишається спокуса спробувати підловити хитрістю свого опонента, а далі вчинити за ситуацією: якщо противник піймається на цю хитрість, то він не обізнаний в знаннях про використання хитрощey, можна й далі їх використовувати; якщо хитрість розкривають, то це підтверджує, що опонент блефує[48].

— «Хитрість на хитрість». Цей спосіб нейтралізації може бути використано, коли інші не дали результату. Тільки переконавшись в тому, що не дивлячись на тактичні відкритті заяви в адрес опонента щодо недопущення хитрощey, противник злісно продовжує їх реалізовувати, можна включитися в боротьбу «хто кого». В ситуації відкритого протиборства виграє той хто більше володіє не знаннями, скільки вмінням реалізовувати на практиці неприпустимі прийоми – маніпуляції[48].

— Просте спростування. Суть закладається у прямому спростуванні різних пунктів пропаганди суперника. Без додаткових заходів даний метод рідко буває ефективним. Перш за все це пов'язано з психологічними особливостями сприйняття людини: зруйнувати створений стереотип значно важче, аніж створити новий [48].

— Ігнорування. Полягає в ігноруванні тих чи інших тем пропаганди суперника. Він заснований на тому допущенні, що негативна тема, що залишається «на слуху», приносить великий збиток у порівнянні з темою, що з'являлась на короткий термін часу. Не дивлячись на тривіальність, метод буває доволі ефективним, особливо у випадках незначності теми пропаганди суперника чи недостатчі його ресурсів[48].

— Відволікаюча пропаганда. Метод закладається у відволіканні і перенесенні уваги цільової аудиторії з тем пропаганди суперника на інші теми. Ці теми можуть бути пов'язаними з виборчою кампанією,

суперником, а можуть бути довільною темою, що є цікавими для громадськості. Має високу ефективність[48].

- Зменшення значимості теми. Метод заснований на перенесенні акцентів на елементи теми, що має меншу негативність, короткому зачіпанні і не згадуванні теми тощо. Застосовується разом з методом «відволікаючої пропаганди» [48].
- Превентивна пропаганда. Метод заключається у превентивному використанні пропагандистської теми, котра може бути використана пропагандою суперника, зі зміненими чи пом'якшеними компонентами або елементами для зменшення довіри до теми. У виборчих кампаніях нерідко використовується з розвитком теми про можливі провокації, використанням «нечесних методів з боку конкурентів», висуванням аналогічних обвинувачень, котрі передбачали використовувати пропаганда іншої сторони. Це призводить до зниження загального рівня довіри до будь – якої інформації, в тому числі негативної. Зустрічаються випадки висування очевидно надуманих обвинувачень до кандидата з подальшим широким спростуванням цих обвинувачень[48].

Але, не дивлячись на велику кількість методів захисту від маніпулювання, залишаються певні проблеми протидії йому.

Щоб, аби в аудиторії не було відчуття одностороннього впливу і, комплексу «байдужості адресата», сучасні засоби масової інформації широко практикують психологічні «прив'язки» до інформаційного каналу, це такі способи, так званого, «зворотного зв'язку» у різних формах: дзвінки в студію у прямому ефірі, вибір за телефоном варіантів відповіді на поставлене запитання і ін. [10].

Проте варто розуміти, що людина може знати як виявити маніпулювання та скільки би вона не знала прийомів і технологій захисту і протидії вона не в змозі самотійно організувати і здійснити в повному обсязі зустрічний вплив. Це відбувається, перш за все, тому, що канали

засобів масової інформації є одностороннім інструментом впливу їх власників на споживачів інформації. Причому найчастіше цей вплив здійснюється всупереч волі адресата. Яку би інформацію не поширювали засоби масової інформації, людина не має змоги вплинути на джерело впливу, а тому змушена сприймати інформацію, в яку хитромудро вплетена фахівцями павутина психологічних маніпуляцій. Найбільш простий спосіб - це відключення від каналу, але тут варто розуміти, що відбувається відключення і від інформаційних потоків, без котрих у сучасному світі неможливо обійтися та задовольнити свої інформаційні потреби[48].

Окрім цього, для формування психологічного захисту людини важливе значення має ступінь її залученості до вирішення нагальних проблем суспільства, адже коли вона з пристрасстю ставиться до певної проблеми, то частіше про неї думає, досконало досліджує повідомлення, пов'язані з нею, шукає додаткову інформацію, яка б допомогла їй прийняти відповідне рішення. Тому головна роль у процесі захисту від маніпулювання належить підтримці інституцій демократії. Демократія є системою відносин, за яких поважаються права та обов'язки усіх без винятку громадян, підтримуються дорадчі переконання, а не маніпулювання. На основі цього, до основних критеріїв демократії можна зарахувати: наявність багатьох джерел інформації, її децентралізованість, існування системи стримувань та противаг, що обмежують авторитет і владу, громадські обговорення, які є основою для прийняття політичних рішень та планів, взаємозв'язок лідерів та громадян, захист прав та свобод опозиції в суспільстві як гарантії існування альтернативної інформації. У цьому контексті велику роль відіграє політична освіта громадян, від якої залежить компетенція виборців під час виборчого процесу і здатність виявляти, захищатися і протидіяти будь-яким маніпуляціям, в тому числі й в засобах масової інформації [27, с. 105].

Отже, загалом здатність людини протидіяти маніпулюванню визначається поєднанням як зовнішніх, так і внутрішніх чинників. Найкраще

їх поєднання це те за якого людина має необхідні знання про ознаки і прийоми маніпулятивного впливу на неї, навиками захисту від них, та має можливість перебувати в соціальному оточенні, що підтримує такий її супротив. Тож, йдеться про належний рівень політичної освіти людини та її використання в реальній політичній практиці для протидії маніпулятивним впливам.

ВИСНОВКИ

За результатами дослідження можна зробити такі висновки:

1) Політичне маніпулювання – це сукупність дій, спрямована на здійснення прихованого впливу на масову свідомість із подальшою трансформацією поведінки особи; приховане управління політичним вибором громадян задля отримання, здійснення та утримання влади.

Воно включає у себе такі основні елементи, які водночас розкривають сутність цього явища та є його особливостями:

- прихованість дії;
- цілеспрямований вплив на маси;
- бажання маніпулятора скерувати суспільні настрої та поведінку в потрібне йому русло;
- ґрунтується на принципах: послідовності; взаємного обміну; соціального доказу; прихильності; авторитету; дефіциту;
- основним засобом політичного маніпулювання в сучасному інформаційному суспільстві виступають засоби масової інформації;
- в його основі – бажання людини, як істоти соціальної, завжди бути проінформованою і тримати руку на пульсі світових подій;
- засоби масової інформації опосередковують і визначають особливості політичного маніпулювання: в різних типах ЗМІ воно проявляється неоднаково;
- але завжди має одну мету отримання; реалізація та утримання влади.

Політичне маніпулювання здійснюється на міжособистісному, внутрішньогруповому, між груповому та масовому рівнях. На міжособистісному та внутрішньогруповому рівнях використовується набір певних маніпулятивних прийомів, а на міжгруповому та масовому рівнях діють маніпулятивні технології.

2) Політичний міф - це феномен колективної психіки, який ґрунтується на штучно створеному узагальненні, спрощеному контрастному уявленні про дійсність і неадекватно інтерпретує суспільні процеси, поєднуючи реальність з вигадками, містикою, фантазіями

Є. Макаренко зазначає, що політичні міфи виникають та існують на декількох рівнях:

- на теоретичному рівні, пов'язаному з виробленням та функціонуванням у свідомості особистостей фундаментальних суспільствознавчих знань та цінностей, які є основою державної ідеології. Тобто міфи, які створюються на державному рівні. Об'єктом такого державного міфу є державне буття суспільства у всій багатоманітності його проявів – політика, право, економіка, соціальна сфера, релігія.
- на пропагандистському рівні, пов'язаному з розробкою та запровадженням загальнодоступних ідеологічних знань та цінностей, які прийнятні для масового вивчення та засвоєння масовою свідомістю за допомогою різних міфологічних форм. Тобто формування та функціонування міфів на рівні повсякденних ідеологічних уявлень та поглядів.

Необхідно враховувати, що перед тим як стати ефективним засобом маніпулювання міф має пройти низку необхідних дій або ж етапів.

- першим етапом є процес міфотворчості, тобто штучне створення міфу чи виклик до життя міфу, що існує у масовій свідомості, але не діє.
- другий - це поширення міфу, впровадження його в масову свідомість з метою створення певної громадської думки, що може впливати на процес прийняття необхідного політичного рішення. При поширенні політичного міфу важливу роль відіграє дозування подання інформації.

— третій – це поширення міфу в процесі комунікації та його безпосередня дія. Саме на цьому етапі починає працювати маніпулятивна функція політичного міфу.

3) Специфічною ознакою психоманіпуляцій є те, що вони побудовані на використанні особливостей людської психіки. Ще однією ознакою є використання емоційної складової як психологічної детермінанти соціальної поведінки індивіда. Будь – яка психоманіпуляція так чи інакше апелює до відчуттів, емоцій потенційного виборця.

В сучасній літературі описані різні маніпулятивні технології і прийоми котрі можна віднести до психоманіпуляцій, серед яких основними можна виділити: прийом «навішування ярликів», прийом «яскравого узагальнення», прийом «прикриття авторитетом», прийом «свідощтва», прийом «гри в простолюдина», прийом «фургон з оркестром», прийом «канонізації соціологічних опитувань», прийом «повторення і дроблення», прийом «перетасовування», прийом «сенсаційності та терміновості», прийом «попереднього інтерпретування».

Поряд із сугестивними методиками дієвими є технології НЛП, котрі виступають як найпоширеніші технології прихованого управління і доволі часто використовуються у політиці і має за мету – намагання за допомогою психотехнологій проникнути у підсвідомість і, змінивши чи трансформували думки, погляди, ідеали, зумовити потрібну поведінку. Прийоми нейролінгвістичного програмування поділяються на дві групи технологій, кожна з яких має свої прийоми: перша група – це нелінгвістичні технології (прийом застосування візуальних архетипів, прийом маркування тексту, прийом вікової регресії, прийом заміни шаблонів), а друга група – це лінгвістичні прийоми (прийом розкручування, прийом рівності, прийом псевдовибору, прийом припущення та багато інших).

4) Захист від політичного маніпулювання – це, фактично, захист цілісності особистості через зведення до мінімуму негативних впливів, переживань і

можливих наслідків. Захист/протидія від маніпулювання може бути несвідомою і свідомою або ж активною і пасивною.

Особливостями захисту та протидії від політичного маніпулювання є те, що:

- будь-який захист від маніпулювання ґрунтується на базових установках психіки, серед яких: заперечення; відхід; витіснення; завмирання; блокування; ігнорування; управління тощо;
- знання особливостей механізмів психічного відображення є основою захисту від маніпулятивних дій;
- усвідомлення своєї вразливості до маніпулятивного впливу – один з головних чинників успішного захисту та протидії;
- для ефективного захисту та протидії необхідний відповідний рівень інформаційної культури; залучення громадян до політичних процесів, рішень; політичної освіти громадян, їх компетентності, а також добре розвинені інститути громадянського суспільства;
- усвідомлене ставлення до можливого маніпулювання інформацією спонукає громадян до вибору певних «сценаріїв поведінки».

Протидія політичному маніпулюванню в засобах масової інформації, так само як і захист, може бути:

- пасивною, що полягає в прийнятті особою «правил гри» маніпулятора із одночасною дією базових психічних установок/механізмів, опосередкованою медіа-комунікативною ситуацією;
- активною, що полягає в запереченні «правил гри», надиктованих маніпулятором, а також в усвідомленні і викритті факту маніпулювання, з подальшим вибором найоптимальнішого методу боротьби із маніпулюванням.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Амелин В. Н. Социология политики / В. Н. Амелин – М: Из-во МГУ им. М. В. Ломоносова, 1992. – 183 с.
2. Бебик В. Менеджмент виборчої кампанії: ресурси, технології, маркетинг. – К.: МАУП, 2001. – 216 с.
3. Бойко О. Д. Анатомія політичного маніпулювання. – Ніжин, 2007. – С. 24.
4. Бойко О. Д. Політичне маніпулювання: навч. посібник. – «Академвидав», 2010. – 432 с.
5. Бойко О. Д., Горбатенко В. П., Денисюк С. Г. Практична політологія: навч. посібник. - «Академвидав», 2008. – 473 с.
6. Виноградова К. Е. Роль масс-медиа в политической системе общества. / К. Е. Виноградова // Журналистский ежегодник Национального исследовательского Томского государственного университета. – 2013. – № 2. - Ч. 1. – С. 64-67. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/rol-mass-media-v-politicheskoy-sisteme-obschestva>
7. Володенков С. В. Технологии манипулирования общественным сознанием в интернет-пространстве как инструмент политического управления // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС, 2017. – Т. 13, № 3.
8. Гаврилюк С. І. Місце маніпулювання в політичному процесі// Гаврилюк С. І.// Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки.- 2011. Вип. 21. – С. 22 – 25.
9. Геслі В. Чинники впливу на голосування українських виборців //Політична думка. - 2000. - № 3. - С. 20 - 44.
10. Грачев Г. В., Мельник И. К. Манипулирование личностью: организация, способы и технология. – М., 1999. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text3/72.htm>
11. Гуменюк О.Є. Маніпуляція як різновид психологічного впливу // Практична психологія та соціальна робота. – 2003. – №1. – С. 23–26.
12. Даниленко О.И. Пособие по социальной психологии. — М.: Рефлбук, 2000. — С. 205-234.

13. Дзялошинский И.М. Манипулятивные технологии в СМИ: Учебно-методическое пособие. – М.:«Гуманитарный институт», 2006. – Режим доступа: <http://www.dzyalosh.ru/08-Uchebniki-Posobiya/Manipulyativnye-Tehnologii-v-SMI.pdf>
14. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – Санкт-Петербург, 2004. – Режим доступа: <http://libarch.nmu.org.ua/bitstream/handle/GenofondUA/44695/4fa42deac644be1fd4e5d610ddc1e8d3.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
15. Єфтені Н. М. Політичне маніпулювання: особливості застосування / Н. М. Єфтені // Актуальні проблеми політики. – 2015. – Вип. 56. – С. 234- 241.
16. Житнікова Т. О. Політичне маніпулювання // Житнікова Т. О. // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2012. – Вип. 108. – С. 54-56.
17. Застольська В.В. Маніпуляція як засіб формування ціннісно- нормативних уявлень в сучасних демократичних суспільствах. – Режим доступа: http://www.phildep.univ.kiev.ua/uploads/editor/Files/Vydanna /FPGN/N_16-17.pdf
18. Зеленский С.А. Манипуляции массами и психоанализ. Манипулирование массовыми психическими процессами посредством психо-аналитических методик. — Спб.: Скифия, 2008. — 248 с.
19. Кавка В. В. Маніпулювання в сучасному політико-комунікативному просторі: сутність і варіанти захисту // Кавка В. В. // Збірник наукових праць “Гілея: науковий вісник”. – 2011. – Випуск 83. – С. 354 – 358.
20. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. — М.: Эксмо, 2005. — 832 с. – Режим доступа: http://socioline.ru/files/5/52/kara-murza_s._-manipulyaciya_soznaniem_politicheskii_bestseller_-_2005.pdf
21. Кирилюк Ф.М., Конверський А.Є., Білик В.Ф. навч. посібник. – К, 2004. - 697 с.
22. Козлова В. А. Психология манипулирования: учебно-методическое пособие. – Режим доступа: https://bookap.info/book/kozlova_psihologiya_manipulirovaniya/

23. Кольев А. Политическая мифология: Реализация социального опыта. / А. Кольев. - М.: Логос, 2003. – 384 с.
24. Курт Рисс. Кровавый романтик нацизма. Доктор Геббельс. 1939-1945. – Режим доступа: http://thelib.ru/books/kurt_riss/krovavyy_romantik_nacizma_doktor_gebbels_1939_1945-read.html
25. Кучма Л. Аксиологічний вимір політичного маніпулювання//Кучма Л.// Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. – 2009. – Випуск 21. – С. 112-116.
26. Кучма Л. Дослідження політичного маніпулювання та проблем його обмеження у сучасному політичному процесі//Кучма Л.// Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. – 2006. – Випуск 17. – С. 109-113.
27. Кучма Л. Політична освіта та її роль у контексті основних стратегій протидії маніпулюванню//Кучма Л.// Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. – 2011. – Випуск 23. – С. 102-107.
28. Литвиненко С. Політико – психологічні маніпуляції як засіб керування масами// Литвиненко С. – К, 2015. – 16 с.
29. Макаренко Є. Міф як засіб масової комунікації / Є. Макаренко // Міжнародні відносини: історія та сучасність.– Режим доступа: <http://www.americanstudies.history.knu.ua/wp-content/uploads/2017/11/24-Makarenko.pdf>
30. Мальцев В. Основы политологии: учебник для вузов. – М.: ИТРК РСФСР, 1998. – 478 с.
31. Манипулятивная составляющая социального взаимодействия в контексте политического маркетинга / А. Купцов // Социология: теория, методы, маркетинг. — 2004. — № 2. — С. 91–106. — Библиогр.: 20 назв. — рос.
32. Небезпеки маніпулювань свідомістю людини під час виборів та можливі методи громадського контролю за владою і виборчими процесами. – Режим доступа: <http://mydisser.com/dfiles/54420905.doc>

33. Нестеряк Ю. Державна підтримка ЗМІ: європейські традиції та українська практика // Вісник Київського національного університету. Журналістика. — 2002. — № 10. — С. 50–52.
34. Несоленая А.К. Манипуляция. Политическая манипуляция и СМИ: Учебное пособие. – М.: РУТ (МИИТ), 2017. – 138 с.
35. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания: Пер. с нем. / Общ. Ред. и предисл. Мансурова Н. С. / Э.Ноэль-Нойман – М. : Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. — 352 с.
36. Політична абетка. Засоби масової інформації і політика: навчальний посібник. За наук.ред. док.наук держ. упр. О. В. Радченка; Редактор-упорядник М. Д. Городок [автори-упоряд. С. В. Герасимчук, М.Д.Городок, Ю. В. Микитюк]; Вид. 11-е, доп. і перероб. — К.: Березовська, 2016. — 48 с.
37. Політологічний енциклопедичний словник / Упорядник В. Горбатенко; За ред. Ю. Шемшученка, В. Бабкіна, В. Горбатенка – К.: Генеза, 2004. – 736 с
38. Политология: словарь–справочник / М.А. Василик, М.С. Вершинин. – Режим доступу:http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/index.php.
39. Политическая психология: учебное пособие для вузов / Под общей ред. А.Деркача, В.Жукова, Л.Лаптева. – Режим доступу: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/derk/
40. Почепцов Г. Політична реклама України: стратегії виграшу чи програшу // Київський ун-т ім. Т. Г. Шевченка. Вісник. Сер. Журналістика. - К., 1997. - Вип. 5. - С. 34 - 36.
41. Присяжнюк Д. М. Аналіз технологій маніпулювання масовою свідомістю в ЗМІ / Д. М. Присяжнюк // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Військово-спеціальні науки. - 2011. - Вип. 26. - С. 96-99. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_vsn_2011_26_28
42. Пробийголова Н. В. Міф як засіб політичного маніпулювання в процесі проведення виборів // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Політологія, Соціологія, Філософія. – № 14. – Ужгород: Говерла, 2010. –С. 41-44.

43. Проскуріна О. О. Політичне маніпулювання в контексті виборчої кампанії в Україні 2012 р. // Проскуріна О. О. – Луганськ, 2012. – С. 9.
44. Пугачев В. П. Информационная власть и демократия // Общественные науки и современность. – 1999. - № 4. – С.74.
45. Разуваєва О. О. Моделі впливу засобів масової інформації на масову політичну свідомість // Наукові записки Інституту журналістики. – Київ: 2005. – Том 18. – Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1659>
46. Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. — СПб., 2006.
47. Сугестивні технології маніпулятивного впливу : навч. посіб. / В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Л. Ф. Компанцева, Є.Д.Скулиш, О. Д. Бойко, В. В.Остроухов; за заг. ред. Є.Д.Скулиша. – 2-ге вид. – К.: ЗАТ «ВІПОЛ», 2011. – 248 с. – Режим доступу: http://mil.univ.kiev.ua/files/29_965691167.pdf
48. Фромм Э. Иметь или быть? / Э. Фромм – М., 1990. – С.87.
49. Цуладзе А. М. Политические манипуляции, или Покорение толпы. – М., 1999. – Режим доступу: <http://www.klex.ru/7t0>
50. Шайгородський Ю. Політичний міф як інструмент дослідження політики / Ю. Шайгородський // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї, 2010. – № 21. – С. 32-38.
51. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту /Л. : Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2013. – 340 с.
52. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. / Пер. с англ.; науч. ред. Я. Н. Засурский. – М.: Мысль, 1980. – 326 с.
53. Шипова А. В. Манипулирование сознанием и его специфика в современном обществе: автореф. дис... канд. фил. наук : спец.09.00.11 – Социальная философия / А. В. Шипова. – Ставрополь, 2007. – С.11.
54. Шостром Э. Человек-манипулятор. Внутреннее путешествие от манипуляции к актуализации. — М., 2004.
55. Шумпетер Й. Капитализм, социализм, демократия / Й. Шумпетер. – М., 1995. – С.346-348.

56. Polishchuk Yu., Gnatyuk Mass media as a channel of manipulative influence on society // Ukrainian Scientific Journal of Information Security, 2015, vol. 21, issue 3, p. 301-308.