

## ПОЛІТИКА ЯК ЗАСІБ МАНІПУЛЯЦІЇ

Христина Семчук

Львівський національний університет імені Івана Франка

«Ми щодня дозволяємо собою маніпулювати» – така думка в мене промайнула нещодавно, коли я дивилась чергову рекламу по телебаченню. У світі, де всі когось в чомусь переконують, ви можете бути або тим, хто переконує, або тим, кого переконують. Ви або самі керуєте своїм життям, або дозволяєте комусь керувати ним [1]. Безумовно, для того щоб бути вправним маніпулятором, потрібно володіти неабияким вмінням переконувати і впливати на людей. Я б радше зауважила, що потрібно освоїти мистецтво своєрідного «зомбування». До прикладу, як працюють фокусники: за допомогою простих трюків, які не бачать чи не помічають люди у залі, вони виконують, начебто, неможливі та надзвичайні речі. Це своєрідний обман та замилювання очей, подібне ж чинять і з більш масштабними маніпуляціями. Я маю на увазі, що необхідно знати, як утримати увагу людей і зробити так, щоб вони й не запідозрили, що ви це робите задля власної користі та інтересу.

Я спробувала дізнатись походження слова «маніпуляція»: воно має в корені латинське слово «manus», що перекладається як «рука». Тобто якщо розбирати це значення образно, то «рука» – це засіб, за допомогою якого людина керує. У моїй уяві одразу постає картина з маріонетками, якими й управляє та сама «рука».

У наш час багато хто може бути маніпулятором, проте з такою ж ймовірністю інші можуть впливати на цю людину. «Підданих» маніпуляціям зараз значно більше. Мабуть, більшість знає значення слова «фішинг» як вид інтернет-шахрайства, проте нобелівські лауреати з економіки Джордж Акерлоф та Роберт Шиллер надають ширше значення цьому слову. Ідеться про примушення людей робити щось в інтересах шукача інформації – фішера, – а не заради мети. Образно кажучи, це як рибалка кидає у воду наживку, сідає й чекає, коли повз пропливатиме обережна риба, яка припуститься помилки й впіймається. Є стільки таких «рибалок», і вони настільки вигадливі з наживками, що, за законами ймовірності, ми всі, попри свою обачність, рано чи пізно ловимось на гачок. І винятків немає [2].

Одним із найдієвіших та найефективніших засобів маніпуляції є політика. Саме тому я хочу розглянути саме кілька способів «затуманення» розуму людей, які найчастіше використовують у сфері політики.

До влади приходять дедалі нові люди з начебто новими обіцянками, а мета залишається такою ж – вплив на свідомість людей всіма можливими способами задля приходу до влади. Насправді, потрібно бути надзвичайно *харизматичним* та *авторитетним лідером*, щоб люди справді повірили в твої слова і хотіли йти за тобою. В історії чимало прикладів таких людей. Один із найбільш впізнаваних – фюрер Адольф Гітлер. Його ораторські здібності неабияк повпливали на авторитетність в очах свого народу, він справді вмів донести слово так, щоб воно проникло в душу кожного слухача і щоб ніхто не залишився байдужим. Він використовував досить дієву та безпрограшну тактику у своїх виступах: призначав виступи на вечірній час, коли вже темніє, оснащуючи зал драматичним освітленням, що, звісно, змушувало слухачів бути максимально зосередженими на виступі. Його промови більше були схожі на уривки з драматичних вистав, він вмів впливати на людей емоційно. Не настільки важливо було те, що він говорить, значимішим було те, як він це подає аудиторії. Жорстокий фюрер вбивав мільйони людей, вирізнявся своєю неблаганністю та деспотизмом, проте коли він виходив на сцену – всі завмирили і ладні були вірити кожному слову диктатора. Це те, що я й називаю «маніпуляцією» – вміння викликати в людей бажання слухати і вірити в те, що ти говориш, і використовувати це задля задоволення особистих цілей.

Всім, безумовно, відомо, що левову частку маніпулятивних процесів під час виборів виконують **засоби масової інформації**. Медіа використовують як засіб маніпуляції слово. Завдяки різним словосполученням можна викликати в аудиторії різне (навіть цілком протилежне) ставлення до події. Кожен телеканал демонструє події у вигідному для них світлі, іноді навіть подає інформацію не зовсім правдиво та чітко. Через нестачу джерел інформації люди змушені приймати факти такими, якими представляє їх телебачення. Щодо теми виборів, то журналісти проводять різноманітні інтерв'ю, іноді навіть заздалегідь узгоджені, в яких кандидати у президенти розповідають про свою позицію та ставлення до того чи іншого явища у країні. Це працює як один із способів здобуття прихильності електорату, адже за умови правильної постановки питань, а також уже заготовлених відповідей, можна отримати неабияку підтримку у виборців.

Щодня, хочемо ми цього чи ні, нам доводиться бачити **рекламу**: на білбордах, телебаченні, в під'їзді, на зупинці, в газетах і у багатьох інших місцях, які б можна було ще довго перелічувати. Навіть якщо людина високоосвічена, обізнана в різноманітних психологічних трюках, маніпуляційної реклами їй не обійти, на жаль, ніяк. Мабуть, тому, що саме з цього ми визначаємо, за кого можемо віддати свій голос та хто зачіпає проблеми, які нам близькі. Не так давно ми могли спостерігати за передвиборчою агітацією кандидатів у президенти. У кожного була своя стратегія впливу і зараз ми можемо бачити, чия виявилась найдієвішою. Нині реклама стала частиною суспільного життя, вона сприймається як буденне явище, без якого неможливий розвиток будь-якої сфери діяльності. Проте нам варто справді свідомо сприймати кожен рекламний ролик, а не сліпо вірити тому, що пропагує телебачення.

Нам надто часто нав'язують чужу волю, яку ми не завжди здатні зрозуміти чи усвідомити. Постає питання: як же не піддаватися маніпулюванню та навіюванню у світі інформаційних технологій? Науковці опублікували низку дієвих порад на цю тему:

- виховувати в собі здатність аналізувати інформацію;
- перестати пасивно спостерігати за перебігом подій;
- зберігати свідомість із високим рівнем критичного ставлення до середовища,

в якому ви перебуваєте;

- не лінуватись шукати інформацію та аналізувати факти, навіть коли вони вам не подобаються, користуватись різними джерелами;
- розуміти приховані і публічні інтереси тих, хто намагається на вас впливати;
- не бути обмеженими стереотипами і пропагандистськими кліше;
- шукати і декларувати власний інтерес, пропонувати свої послуги іншим;
- не приймати рішення на основі пліток або чужих вподобань, уникати абстрактних обіцянок [3].

Якщо ми справді будемо свідомими громадянами і дотримуватимемось цих порад, розумітимемо їхню сутність, а не сприйматимемо весь інформаційний потік крізь призму «рожевих окулярів» та «солодких» обіцянок, тоді ми справді будемо робити правильний вибір і не піддаватимемось жодним маніпуляціям.

#### Список використаних джерел:

1. Роббинс Э. Беспредельная власть / Пер. с англ. Л.М. Щукин; Худ. обл. М.В. Драко. Минск : 000 «Попурри», 2000. 592 с.
2. Акерлоф Дж., Шиллер Р. Фішинг. Хто і як маніпулює вашим вибором / Пер. з англ. О. Герасимчук. Київ : «Наш формат», 2017. С. 7.
3. Телешун С. Управління людьми у нестабільному світі. Світовий досвід та українські реалії. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2587980-vceni-rozpovili-ak-ne-piddatisa-manipuluvannu-i-naviuvannu-v-zmi.html>