

Олександр Яковлев

ЦІННІСНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ІНДИВІДА ЯК ОБ'ЄКТ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ В ПОЛІТИЦІ

Статтю присвячено розгляду ціннісних характеристик індивіда як об'єкта маніпулятивного впливу. Показано, що загальносуспільне маніпулювання неодмінно протікає в аксіологічному руслі.

Ключові слова: маніпулювання, маніпулятивний вплив, ціннісні характеристики індивіда.

Yakovlev O. Value characteristics of an individual as an object of the manipulative influence in politics. The article is dedicated to value characteristics of an individual as an object of the manipulative influence in politics in the context of its importance for the system of the social manipulation processes.

Key words: manipulation, manipulation influence, value characteristics of an individual.

Метою маніпулятивної політичної комунікації є бажаний вплив на об'єкт комунікативного процесу. Природно, безпосереднім об'єктом маніпулятивного впливу (що може бути індивідуальним, груповим або масовим) є не об'єкт загалом, а його свідомість, зокрема і суспільно-політична свідомість (відповідно, індивідуальна, групова, чи масова). Відштовхуючись від концепції структури суспільної свідомості російського соціолога Б. Грушина, можна виокремити три головні складові (компоненти) суспільної свідомості, на які спрямований маніпулятивний вплив у політиці:

1) рефлексивна компонента, що характеризує інформативну сторону свідомості та включає в себе знання людини про світ та її уявлення про нього.

2) оціночно-ціннісна компонента містить оцінки та ставлення людини до оточуючого світу загалом та окремих його явищ зокрема, ціннісну складову свідомості окремого індивіда, соціальної групи та суспільства загалом.

3) практична компонента характеризує становлення людини до світу, що відображене в її конкретних діях стосовно нього [1, с. 132].

У межах маніпулятивних впливів у політиці вплив на свідомість об'єкта відбувається на кожну з цих складових окремо, зокрема за такою схемою: вплив на рефлексивну компоненту з метою її зміни в напрямі прийнятному для комунікатора (суб'єкта маніпулятивного впливу) з подальшим переходом до зміни в оціночно-ціннісній компоненті свідомості реципієнта, що спричиняє адекватні змісту впливу зміни в практичній компоненті. Поза всяким

сумнівом, «ключовим у цьому процесі, безумовно, є зміна поведінки, бо саме вона становить стрижень владно-управлінських відносин у суспільстві» [2, с. 42].

Разом з тим, формування у об'єкта маніпулятивного впливу потрібних суб'єкту цього впливу форм політичної діяльності неможливе без створення своєрідного «контексту» сприйняття відповідних «тактично спрямованих меседжів», без формування (як попереднього, так і паралельного – за допомогою інших маніпулятивних впливів) адекватного цілям маніпулятивного впливу, спрямованого на згадану практичну компоненту *ціннісного світу індивіда*, його світосприйняття, а відтак і бачення соціальної дійсності, способу політичного мислення. Адже жоден вплив на згадану практичну компоненту не дасть результату, якщо його об'єктом є індивід зі змістовно відмінною системою загальнолюдських цінностей (ними можуть виступати, наприклад, індивіди з ультрарадикальною політичною позицією, «ідейні» абсентеїсти, релігійні фанатики та антисуспільні елементи). Якомога менша «питома вага» таких індивідів у суспільстві (а також тих, хто за згаданим критерієм є (тією чи іншою мірою) подібним до них) – запорука успіху «загальновідомих» маніпулятивних впливів. «Великі» суб'єкти політики (навіть конкуруючі між собою), що є провідниками (явно та неявно) загальнополітичних змін, є тими, хто безпосередньо зацікавлений у збереженні існуючих «правил гри» (в ряді випадків створенні нових – руйнуванні старих) в сфері політичного світосприйняття «дрібних» суб'єктів політики, а відтак і в збереженні існуючої системи цінностей, оскільки наявна «ціннісна карта» суспільства дозволяє політичному процесу бути передбачуваним та, загалом, контрольованим (в сучасних умовах передовсім за допомогою засобів маніпулятивного впливу).

Характеризуючи місце ціннісних характеристик об'єкта маніпулятивного впливу в політиці, слід виділити серед загальної сукупності наявних маніпулятивних впливів їх два основні різновиди: *оперативні маніпуляції* та *стратегічні маніпуляції*. Оперативна (ситуаційна) маніпуляція полягає у використанні її суб'єктом наявних в конкретний момент у свідомості її суб'єкта потреб, цінностей, стереотипів та звичок. При цьому такий суб'єкт (маніпулятор) змушує об'єкт (людей, аудиторію) «сприй-

мати ту або іншу соціальну інформацію так, як йому вигідно, й спрямовувати їхні соціально значущі дії у потрібне для себе річеще» [3, с. 104]. Застосування такого виду маніпуляцій має результатом діяльність аудиторії відповідно до плану маніпулятора. Така діяльність проявляється в прийнятних для суб'єкта маніпулятивного впливу, формах електоральної поведінки, безпосередніх формах громадського впливу, та загальній організованості членів суспільства.

Стратегічні маніпуляції полягають у створенні протягом тривалого часу в свідомості членів суспільства тих ідей, цінностей, потреб, звичок та стереотипів, «які ... самі по собі сприяють підтримці стабільності вигідного маніпуляторіві політичного й економічного ладу й можуть бути використані в оперативній маніпуляції, якщо з'явиться така потреба» [3, с. 105].

Можна стверджувати, що стратегічна ціль маніпуляції полягає в тому, щоб створити хибну систему цінностей в окремого індивіда, а у разі функціонування системи загальносуспільного маніпулювання – хибну систему загальносуспільних цінностей. Така діяльність має на меті формування «соціально пасивного, споживчо орієнтованого, естетично, морально і світоглядно аморфного» [4, с. 122] суб'єкта політичного життя, оскільки саме такий індивід є найбільш придатним для застосування численних маніпулятивних технологій тактичної спрямованості. За наявного стану комунікативної взаємодії між учасниками політичного життя та за об'єктивної соціальної класової диференціації суспільства прагнення до згаданого впливу на загальносуспільну систему цінностей є неминучим, проте таким, що ставить під сумнів реальну здатність громадян бути самостійними суб'єктами політичного життя, реалізовувати наявні в них виборчі права.

Основною формою маніпулятивного впливу на ціннісну складову суспільної свідомості (з метою формування потрібної суб'єкту такого впливу політичної поведінки об'єкта маніпулятивного впливу, або реципієнта) є масова культура. Л. Левченко у зв'язку з цим зазначає, що пропаганда та масова культура підштовхує дрібних суб'єктів політики (переважної кількості громадян) до «споживання благ для демонстрації свого соціального статусу, що підвищується ...

або створення для навколишнього іміджу підвищення такого статусу» [4, с. 128].

При цьому (і це дуже важливо!) така діяльність не лише передбачає викривлення сприйняття громадянами свого соціального статусу, а і їх орієнтацію на високий рівень життя і заохочує індивідів включатися в гонку споживання як один з проявів конкуренції в суспільстві [4, с. 127].

Стверджується, що головна стратегічна ціль таких впливів полягає в тому, щоб «збудити в рядового індивіда спрагу невтримного споживання і стимулювати його тим самим до більш інтенсивної праці і до більшої самоексплуатації, одночасно відводячи від політичної боротьби з правлячою елітою» [4, с. 127]. Звісно ж, переважна більшість таких індивідів (що, слід зазначити, становлять основу сучасного суспільства) не усвідомлюють факту наявності такого впливу, неадекватно оцінюють наявну в них систему цінностей та, в багатьох випадках, щиро переконані, що не живуть відповідно до них.

Така постановка проблеми, а також її формулювання на перший погляд може здатись ідеологічно заангажованим та таким, що відображає донедавна вельми поширений підхід до розуміння політичної реальності. Однак аналіз відносин між складовими сучасної політичної комунікації не лише не ставить під сумнів ряд принципів положень даного підходу, а й підтверджує їх. Це пов'язано з тим, що вони констатують об'єктивні передумови взаємодії суб'єкта та об'єкта маніпулятивної політичної комунікації, а саме невідповідність їх інтересів з одного боку, та, з іншого боку активну, цілеспрямовану і продуману, майстерну діяльність суб'єкта політичного маніпулювання як одного з різновидів комунікативних процесів в політиці. Факт наявності останньої обставини є беззаперечним, і може бути доведеним як за допомогою опису безпосереднього зв'язку між політичною верхівкою (в ряді випадків також і тими хто до неї лише прагне ввійти) та економічною верхівкою суспільства (як окремо взятого суспільства, так і людства загалом), що проявляється в численних фактах різноманітної лобістської діяльності що в багатьох випадках здійснюється попри відсутність законодавчого закріплення останньої за фактичної концентрації (повної або часткової) економічної та політичної влади в одних руках, взаємного консенсусу конкуруючих еліт щодо невтручання в згадані питання і.т.ін.

Маніпулювання суспільною свідомістю з використанням ціннісних характеристик її носія полягає і у нав'язуванні йому (суспільству в цілому або переважній частині суспільства) своєрідної системи змістовно порожніх або змістовно спотворених «ціннісних мантр», що стають нарижними каменями її сприйняття політичної дійсності. «Духовність», «толерантність», «виваженість», «взаємопорозуміння» – ці та низка подібних абстракцій з легкої, але нав'язливої руки засобів масової комунікації сприймаються переважною більшістю громадян як незаперечні істини. Біда в тому, що істини ці (в тому вигляді, в якому вони, як правило, підносяться суспільству) облудні, а ті, хто їх нав'язує, діє відповідно до принципово іншої системи цінностей. Погодившись на носіння таких спотворених «ціннісних шор», пересічні індивіди стають придатними для застосування цілого ряду маніпулятивних впливів стратегічної спрямованості, зокрема і тих, безпосереднім об'єктом яких є ціннісні характеристики вказаних індивідів.

У зв'язку з цим можна говорити, зокрема, про два пов'язані напрями маніпулятивного впливу – придушення та вломлення. До ознак стану, що формується таким чином, належить своєрідна «спустошеність і тотальна ницість» [5, с. 48], яка нагнітається засобами масової комунікації. При цьому особистість втомлюють приниженням її цінностей та прагнень, заміною високого на нице. Проявом цього на думку ряду авторів, є те, що сьогодні рідко який засіб масової комунікації «обходить без рубрик, зміст яких спрямовано не людям, а геніталіям» [5, с. 48].

Питання про роль ціннісної складової свідомості в процесі маніпулятивних впливів у політиці тісно пов'язане з питанням про існування таких важливих складових самооцінки комуніканта цих процесів (так званого «пересічного громадянина» – переважної більшості виборців), як його самооцінка та самоповага. Можна стверджувати, що важливим напрямом впливу в процесі маніпулятивної діяльності в політиці є формування в переважній більшості індивідів (громадян, виборців) прийнятного для комунікатора (представників медіа-політико-економічної верхівки суспільства) рівня самооцінки саме як учасників політичного життя, що відображена в уявленнях комуніканта про значущість його «політичної позиції», з одного боку, та в його уявленнях про *процес*

«народного волевиявлення» як незаперечну суспільно-політичну цінність, з іншого.

На практиці згадані напрями є тісно пов'язаними, їх наявність виразно простежується в існуванні широкого спектра переконувань індивіда в тому, що він є самостійним у формуванні своєї політичної позиції (за умов тотального впливу на його політичну свідомість), що влада цінує його позицію, його голос виборця, що він є активним учасником політичного життя (попри те, що в багатьох випадках єдиною формою його політичної діяльності є участь у виборах, а самі вибори є вельми сумнівними з погляду відповідності діяльності їх реальних та ймовірних переможців інтересам значної кількості громадян (комунікантів переважної більшості процесів маніпулятивних політичних комунікацій), що індивід (як і переважна більшість суспільства) діє на основі системи високих цінностей (для прикладу, християнських) і т.ін. Таким чином, є підстави говорити про формування в свідомості переважної більшості учасників політичного життя двох ціннісних вимірів – реального (що спрямовує діяльність суспільства в напрямі, потрібному його верхівці) та позірнього (того, що слугує меті формування в індивіда потрібного рівня самооцінки та самоповаги та не дає йому «втратити обличчя у власних очах»).

Звісно ж, симулювати власне життя відповідно до «системи високих цінностей», будучи тотально ницим, пересічному індивідові значно простіше та приємніше, ніж, незважаючи на нице оточення, почавши з себе змінювати останніх та суспільство загалом. Однак у такому разі не слід розраховувати на суттєві зміни в суспільно-політичному житті. Утім, такому маніпульованому індивідові, за великим рахунком, вони непотрібні, а розуміє свою роздвоєну систему цінностей він хіба що «глибоко всередині». Сам факт маніпулювання його системою цінностей він не усвідомлює взагалі, отже, маніпулятивний (прихований) вплив у межах загальносуспільної системи маніпулювання є цілком дієвим, зокрема і той, що спрямований на ціннісні характеристики індивіда.

1. Грушин Б.А. Массовое сознание / Опыт определения и проблемы исследования. – М.: Политиздат, 1987.

2. Кацавцева С. Маніпулятивний вплив в масових комунікаціях // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – К., 2002 – № 1.
3. Левченко Л. Психологічні особливості діяльності засобів масової інформації // Людина і політика. – 2001. – № 2.
4. Левченко Л.О. Тенденції розвитку масової політичної свідомості в сучасній Україні. – К.: Інститут політичних та етнонаціональних досліджень НАН України, 2002.
5. Цыганов В.В. Медиа – терроризм: Терроризм и средства массовой информации. – К.: Ника-Центр, 2004.