Политические манипуляции. Понятие политического манипулирования

Политическое манипулирование (ПМ) — понятие, объемлющее рекламу, PR, вообще все средства, вырабатывающие у человека устойчивые социально-политические представления и побуждающие его к той или иной политической деятельности (в основном — к поддержке одних фигур и неприятию других). Политологи-макиавеллисты (надо заметить, что на выводах Никколо Макиавелли базируются многие принципы управления как авторитарных, так и демократических современных государств) считают, что политика и есть искусство манипулирования людьми.

Политическое манипулирование — это скрытое управление политическим сознанием и поведением людей с целью принудить их действовать или бездействовать в интересах манипуляторов, навязывание воли манипулятора манипулируемому в форме скрытого воздействия. Обычно понятию манипуляции придаётся негативный оттенок. Мы постараемся избежать такой оценки и отнестись к феномену политического манипулирования более спокойно — ведь манипулирование в тех или иных формах присутствует в любом обществе, начиная с древнейших и заканчивая всеми современными. С этим приходится считаться. Манипуляции бывают необходимы и полезны.

Для всякого манипулирования характерна некоторая закрытость, иллюзия, невидимый механизм, психологическое воздействие на сознание с целью формирования тех или иных убеждений или предпочтений.

Успех манипуляции гарантирован, когда манипулируемый верит, что всё происходящее естественно и неизбежно. Для манипуляции требуется фальшивая действительность, в которой её присутствие не будет ощущаться[2].

Цель политического манипулирования — получение, реализация и сохранение власти. На нынешнем этапе жизни российского общества эти цели достигаются путем выборов. Успех на выборах невозможен без значительной общественной поддержки (если не брать случаи прямой фальсификации избирательных бюллетеней). Следовательно, цели манипуляторов сводятся к формированию у избирателей определённого мнения и побуждению их поддержать на выборах данную социальную группу. Манипулятор должен угадать социальное ожидание и предложить оптимальный образ кандидата или программу (вариант — убедить в том, что имеющаяся у кандидата программа и есть оптимальная).

Таким образом, в узком понимании политическое манипулирование — это теория и практика предвыборных технологий и методика проведения избирательных кампаний (широкое понимание политического манипулирования выходит далеко за пределы избирательных кампаний). Стратегия получения власти требует решения таких тактических задач, как привлечение и удержание внимания, а также формирование благоприятного имиджа.

Политическое манипулирование предполагает следующие операции:

1. внедрение в общественное сознание под видом объективной информации желательного для некоторой группы содержания;

2. воздействие на болевые точки общественного сознания, возбуждающие страх, тревогу, ненависть и т. д.;

3. реализация декларируемых и скрываемых замыслов, достижение которых манипулятор связывает с поддержкой общественным мнением своей позиции[4].

Отметим, что первый пункт относится к задачам, второй — к методам, третий — к целям ПМ. Для успешного решения задач и достижения целей существуют средства ПМ, которые называются политическими технологиями (их ядро — избирательные методики, используемые в период предвыборных кампаний). Средства ПМ можно классифицировать по различным критериям. По совместимости с действующим законодательством они делятся на регламентируемые законом и выходящие за пределы правовых норм, по способу воздействия — на прямые и скрытые, по функции — на PR (поддержание связи с общественностью), агитацию (призыв к действию) и др., по форме — на агитационные, экономические, административные и провокационные, по содержательной направленности — на рекламу и антирекламу, по уровню воздействия — на межличностные, групповые и массовые, по информационным носителям — на печатные, электронные, наружные и т. д.

Все средства ПМ основываются на создании и внедрении в массовое сознание социальных мифов, т. е. идей, утверждающих интересы манипуляторов и принимаемых большинством на веру, без серьёзного осмысления. Может показаться, что эпоха слепой веры в мифы давно ушла в прошлое, но ежедневная политическая практика показывает, что это не так. Если современный человек больше не верит в натуральную магию, то он, без сомнения, исповедует некий сорт «магии социальной[5]. Новые политические мифы создаются по точному плану, в соответствии с личной и социальной психологией людей и целями манипуляторов. Э. Фромм доказывал, что ПМ лишает человека способности составить целостную картину мира, подменяет её абстрактной мозаикой из тенденциозно связанных между собой фактов[6]. По мнению М. Лернера, у человека возникает полная мешанина понятий и никакой взаимосвязи событий. Единственная система, в которую он способен подставить отдельные факты, — это система стереотипов, уже сложившихся у него в голове. Это система, ориентированная главным образом на соревнование и борьбу, где понятия добра и зла принимаются на веру[7]

Стоит отметить, что ПМ служит не только для получения общественной поддержки в период выборов или социальных катаклизмов, но и для повседневного управления стабильным обществом. Несмотря на то, что демократия является общепринятой функциональной системой управленческого механизма в большинстве стран мира, разночтения в законодательной сфере по этому поводу весьма существенны. В частности, политическая реклама, кроме предвыборной, ограничена в Германии и Испании. Во Франции и Англии, наоборот, ограничена предвыборная (более того, во Франции за 3 месяца до выборов запрещена любая платная политическая реклама, а бесплатная ограничена).