

УДК 316.776.2::32

DOI <https://doi.org/10.32840/2707-9147.2022.93.5>

М. М. БОНДАРЕНКО

аспірант кафедри галузевої соціології
факультету соціології

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

МАНІПУЛЯЦІЇ В ПОЛІТИЧНІЙ КОМУНІКАЦІЇ: СОЦІОЛОГІЧНИЙ ПОГЛЯД

Дану статтю присвячено соціологічній інтерпретації поняття маніпуляції у сфері політичних комунікацій. Розглянуто сутність політичного поля як середовища для здійснення політичного комунікативного акту з акцентом на рольову дихотомію ключових груп-учасників політичного процесу. Виявлено, що у полі політики комунікація прирівнюється до дії, оперуючи у категоріях переконання, ангажованості, можливості вчинку та мобілізації аудиторії. Проаналізовано значення моделювання для вивчення комунікативного процесу. Зазначено дескриптивний та аналітичний потенціал моделей комунікації з фокусом на лінійну модель передавання Г. Лассвела. Також було порівняно варіації даної моделі і виведено найбільш повну її версію з деталізацією семи ключових елементів «формули» (учасники, перспективи, ситуація, ресурси, стратегії, вихідні дані, ефект). Визначено фокус політичної комунікації на її ефективність (а не істинність), що визначається цілепокладанням. Розкрито технологічний аспект політичної комунікації та режими функціонування комунікативних технологій при взаємодії з суспільною думкою (імперативно-індоктринальний, діалогічний та, зокрема, маніпулятивний). Зведено і означено поняття комунікативних технологій як сукупності засобів трансформації громадської думки. Розглянуто стратегічний характер маніпуляції як підвиду соціальної дії при передачі повідомлення реципієнтам, обґрунтовано їхню націленість на здійснення впливу з метою зміни поведінки, оцінок, думок, – задля реалізації маніпулятором певних власних цілей. Виявлено відмінності маніпуляції як стратегічної дії на відміну від дії суто інструментальної. Запропоновано парадигмальний апарат (теорії соціальної взаємодії, символічний інтеракціонізм) розгляду маніпуляції як соціологічного концепту.

Стаття становить собою теоретичне підґрунтя для подальших розробок методологічного характеру задля фіксації, опису та аналізу маніпулятивних технологій у політичній комунікації через призму соціології.

Ключові слова: *поле політики, політична комунікація, моделі комунікації, комунікативні технології, маніпуляції, стратегічна дія, громадська думка.*

Постановка проблеми. Як раніше, так і у сучасності, під час комунікації з їх електоратом, політичні сили, кандидати використовують не лише фактуальні елементи аргументації, а і приховані – маніпулятивні, намагаючись досягти своїх цілей (наприклад, бути обраними чи переобраними). Втім, зазвичай маніпуляції розглядаються «точково»,

в рамках міжособистісної психології, не виносячи їх у більш широкий соціально-політичний вимір. Але маніпуляції в політиці найчастіше стосуються поведінки аудиторій і мас, що дає змогу говорити не про «прийоми», а про ціленаправлені маніпулятивні технології.

Проблема полягає в тому, що соціологічний апарат має широко розроблену структуру означення поля політики та процесів, що відбуваються в ньому, але в категорії політичної комунікації відсутній цілісний погляд на соціологічну інтерпретацію даного поняття. Відповідно, в соціологічній літературі, ця категорія, а тим паче концепт політичних маніпуляцій в більшій мірі постає набором тлумачень, в той час як парадигма вивчення категорії політичної комунікації лишається скоріше невизначеною. Ще більш невизначеними постають конкретні методологічні підходи вивчення і аналізу маніпуляцій у політичній комунікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тема маніпуляцій як технологічної складової політичних комунікацій майже повністю відсутня у конкретно-соціологічних дослідженнях, втім, розкладаючи її на складові, можна побачити, що в полі зору соціології знаходяться дотичні до зазначеної теми. П. Бурд'є вводить поняття «поле політики», в якому і відбувається політична комунікація, а Д. Істон, Г. Алмонд, К. Дойч, Дж. Коулман, М. Гончаров описують політичну систему як таку. Структуру та технологічний зміст комунікативного акту розглядають у своїх роботах Ю. Габермас, Г. Лассвел, Е. Ноель-Нойман, Д. МакКуейл, У. Шрамм, Ч. Осгуд, Дж. Груніг, Т. Хант, К. Шеннон, В. Вівер, С. Хол, Н. Костенко, О. Вишняк, Г. Почепцов. Хоча маніпуляція як поняття зароджується і першопочатково розвивається на базі психології (Дж. К. Саймон, Г. Б. Брейкер, М. Кантор, Д. Карнегі, Д. Ольшанський), маніпулятивним аспектам комунікації та впливу на формування образу присвячені розділи соціологічних праць Е. Гофмана, Г. Дебора, В. Паніотто, С. Кара-Мурзи, А. Лобанової, Б. Мотузенка.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується означена стаття. Для вирішення поставленої у даній статті проблеми означається ланцюговий логічний зв'язок між поняттями «політичне поле» – «політична комунікація» – «комунікативні технології» – «маніпулятивні технології» з точки зору соціології. Завдяки такій логіці, можливим стає визначення теоретично-парадигмального напрямку соціологічного дослідження маніпулятивних технологій, що дає змогу у подальших роботах деталізувати методологічні підходи до фіксації та аналізу маніпуляцій у політичному полі. Додатковим підтвердженням наукової новизни цієї статті є детальний розбір лінійної комунікативної моделі передавання Г. Лассвела для доведення технологічного характеру політичних комунікацій.

Метою дослідження постає виявлення соціологічних особливостей інтерпретації поняття «маніпуляції» через призму політичних

комунікацій, що передбачає означення їх комунікативно-технологічного характеру та окреслення можливостей їх соціологічного аналізу.

Виклад основного матеріалу. Як виявилось, поза політикою не лишається ніхто: ні люди, ні соціальні групи, рухи, організації. Навіть ті, хто візуально чи вербально маркують себе як не-учасники політики, все одно є «фігурами на полі гри» (на полі політики), втім займаючи не активну, а пасивну роль – тих, *ким* або *ж кого грають*.

Ці позиції відзначив у своїх працях французький соціолог П. Бурдьє: довіритель (себто виборець) надає довіреному обличчю (тобто обраному політикові чи політичній силі) повноваження діяти від свого імені за допомогою мандату (від лат. *mandatum* – доручення). Ця взаємодія відбувається у просторі політичного поля, де між активними акторами відбувається конкурентна боротьба за монополію положення на право говорити і діяти від імені частини чи цілісності акторів пасивних, «непосвячених в політику». Так активний актор, офіційний представник певної громадськості, що цього актора обрала, стає легітимним «голосом» даної групи [1], комунікує з нею і *за* неї.

Комунікація в полі політики не вимірюється істинністю, як би це було в полі науки, а покликана мати мобілізуючу силу, тобто вимірюється у термінах ефективності. Це, наприклад, може бути прирівняним до кількості електоральних виборів на користь певного кандидата або ж здатності зібрати людей на мітинг тощо. П. Бурдьє зазначає, що в цьому контексті слово і є дією: політичне слово переконує про можливість, здатність дії; визнає принципи бачення поділу соціуму («свої-чужі»); декларує обов'язок, котрий може бути виконаний завдяки силам групи, ангажованої політично відповідальним актором. Достовірність передаваного політичного меседжу залежить не просто від його правдивості, а і від авторитету заявника, що робить повідомлення «історично справедливим», реалістичним, імовірним [1].

Вивчення політичної комунікації спрощене завдяки методів моделювання, що дозволяє досягнути елементи комунікативної системи та зв'язок між ними. Моделі (лат. *modulus* – міра, зразок) являють собою формалізацію, абстрактизацію та ідеалізацію певного образу, що відтворює об'єкт-оригінал, який «в природі» є складним для вивчення. Відповідно, модель комунікації – це спрощена репрезентація самого комунікативного процесу, з допомогою якого комунікативний акт можна формалізувати, розкласти на елементи та зв'язки, і описати.

Чи не найбільш популярною моделлю, що не втрачає актуальності й до сих пір, у теорії масової комунікації та, зокрема, політичної комунікативності, є *лінійна модель комунікації Г. Лассвела*. Вперше описана в 1948 році [2], модель пропонує розбір комунікативного акту передачі (Д. МакКвейл відносить цю модель саме до типології моделей передавання [3, р. 63-64]) повідомлення через формулу, що містить у собі п'ять запитань:

- Хто саме?
- Каже що?
- З допомогою якого каналу?
- Звертаючись до кого?
- З яким ефектом? [2, р. 216]

Дана модель містить у собі два важливих вихідних положення. Перше, смислове, що у сукупності з політичною направленістю праці Лассвела трактує комунікацію як процес імперативного або ж спонукального характеру: передавач повідомлення прагне здійснити вплив на реципієнта через сенс і ефект меседжу. Друге, методологічне, дає змогу розглядати цю модель не лише як спосіб опису комунікативного акту, а й як спосіб аналізу його структури та окремих елементів.

Завдяки такому п'ятиступінчатому підходу можливим стає дослідження відповідних розділів акту комунікації:

- Аналіз «керівного складу» повідомлення: аудит самого комунікатора, відправника меседжу як вихідної точки, та факторів, що дозволяють йому обрати вектор і запустити комунікативний акт;
- Аналіз змісту повідомлення: від суті самого меседжу до частоти згадувань елементів повідомлення у медіа-просторі;
- Медіа-аналіз: означає «посередників» комунікації – канали і засоби, що сприяють передачі повідомлення і є релевантними отримувачу;
- Аналіз аудиторії: характеризує цільових реципієнтів передаваного меседжу, на кого він направлений;
- Аналіз ефекту: оцінка результативності повідомлення у залежності від його задач [2, р. 216].

В наступні роки після публікації, модель Лассвела точно доповнювалася іншими дослідниками, наприклад у зафіксованому звіті Р. Бреддока, де серед запитань формули додавалися такі як «За яких обставин?» і «З якою ціллю?» передається повідомлення. [4, р. 88] В решті-решт, у 1968 році сам Г. Лассвел переосмислює власноруч виведену модель комунікації, виносячи цілепокладання як ключовий елемент запуску меседжу, зокрема в розрізі соціальних та політичних змін. Г. Лассвел пропонує використання контент-аналітичної стратегії дослідження процесу комунікації, формалізуючи схему аналізу у семи пунктах моделі:

- Учасники («Хто?»): класифікація акторів комунікативного процесу за їх роллю в інтеракції (ініціатори, передавачі, реципієнти) та спеціалізацією в комунікаціях;
- Перспективи («З якими намірами?»): суб'єктивізація подій, мотивації, цілей та очікувань учасників;
- Ситуації («У яких ситуаціях?»): визначення сприятливості дискурсу, контексту та рівня (місцевий, національний) комунікації;
- Базові цінності («З якими активами?»): означення ресурсів та навичок, релевантних під час комунікативного акту;

- Стратегії («Використовуючи які стратегії?»): формулювання шляхів застосування активів і ресурсів, вибір каналів просування та специфікація контенту самого меседжу;

- Вихідні дані («Досягає яких аудиторій?»): віднайдення фідбеку від реципієнтів, їх типологізація, узагальнення статусу досяжності, отриманої до повідомлення уваги, його розуміння аудиторіями, модифікації змісту тощо;

- Ефекти («З яким результатом?»): аналіз довготривалих наслідків та результатів комунікації, її ефективності у реалізації цілей у чи поза комунікаційним процесом. [5, р. 62-63]

Такий *фокус на цілях та ефекті* притаманний саме комунікації політичній, відповідно до цього поле політики має попит на використання технологій для розповсюдження політичних меседжів, адже технологія (від грец. *τεχνολογια* – вміння, майстерність) – це сукупність прийомів і способів одержання, обробки матеріалів, інформації. Технологічні процедури сконструйовані, щоб «якнайточніше, найефективніше реалізувати проектні вимоги в конкретному продукті (результаті)». [6, с. 5] А оскільки в політичному полі «говорити» значить «діяти» [1], то на передній план виходять технології комунікативні.

Комунікативні технології є «сукупністю засобів трансформації громадської думки» [7, с. 163], котрі, за Г. Почепцовим, намагаються вплинути на «масову свідомість, що їх вирізняє від інших варіантів міжособистісного впливу» [8, с. 10]. Дослідник В. Набруско зазначає, що комунікативні технології функціонують у трьох режимах взаємодії з суспільною думкою:

- Імперативно-індоктринальному (як пропаганда);
- Маніпулятивному (де наявний прихований вплив на поведінку «жертви» маніпуляції, що направляє її у бажаний для маніпулятора вектор);
- Діалогічному (конструктивному, який націлений на збереження ресурсів соціуму) [9, с. 11].

Сутність маніпулятивного режиму комунікативних технологій описана у праці Б. Мотузенка, що визначає маніпуляцію як «цілеспрямовану стратегічну соціальну дію», котра є «прихованим впливом на реципієнта з метою досягнення комунікатором власної мети у взаємодії шляхом зміни думок, дій, поведінки реципієнта». Автор доводить *стратегічність* маніпуляцій, виділяючи їх соціологічний зміст як одного з типів соціальної комунікації, прямо означуючи маніпуляцію як стратегічну дію за Ю. Габермасом [10, с. 7], тим самим віднаходячи «місце» концепту маніпуляцій в соціологічній науці.

Варто зазначити, що за Ю. Габермасом, стратегічна дія, на відміну від дії комунікативної, спирається на раціональність певних планів діяльності, а не на намагання порозумітися [11, с. 295], прийти до діалогу. А. Гарбадин додає, що стратегічній дії притаманні «орієнтація на успіх, на використання засобів, які відповідають за досягнення

цілей», але, на відміну від суто інструменталістського підходу, вона містить соціальний контекст, адже базується на соціальній взаємодії індивідів чи груп, хоч і «розглядаючи» їх через призму ефективності. [12, с. 78-79]

Таким чином, маніпуляції (в основі котрих лежить стратегічна дія націлена на вплив), також підлягають вивченню в рамках теорії соціальної взаємодії (інтеракціоністських підходів), що додатково відкриває шлях до їхньої інтерпретації з боку символічних взаємодій, наприклад, звертаючись до «драматургії» [13] та «стратегічної інтеракції» [14] за Е. Гофманом.

Висновки і пропозиції. Поле політики прирівнює комунікацію до дії, котра вимірюється не критеріями істинності, а ефективністю. Ефективність комунікації можливо соціологічно осягнути за допомогою її моделювання. Лінійна модель Г. Лассвела описує і аналізує комунікативний акт через його елементи: учасників, намір, контекст, ресурси, стратегії, аудиторію та пов'язаних з нею характеристик, і, безпосередньо, ефект. Відповідно до даної формули цілепокладання є визначальним елементом політичної комунікації, що і зумовлює її ефективність та результативність. Такий фокус демонструє технологічний характер політичної комунікації.

Комунікативні технології діють у трьох режимах, одним з яких є маніпулятивний. Самі ж маніпуляції являють собою цілеспрямовану соціальну дію, що містить латентний вплив на реципієнта повідомлення, і має на меті досягнення «передавачем» власних цілей через взаємодію шляхом зміни поведінки, установок, мотивів, думок «отримувача» повідомлення. Відтак, маніпуляції, зокрема політичні, в призмі соціологічного аналізу варто досліджувати як підвид стратегічної дії. Такий підхід дозволяє розширити можливості вивчення маніпуляцій до інтерпретування їх через теорії соціальної взаємодії, як-то символічний інтеракціонізм.

Дослідження маніпуляцій в соціологічній науці дозволить виділити механізми їх безпосередньої фіксації у часі та політичному, соціальному просторі, виявити їх цілі й мотиви, а також прогнозувати й аналізувати наслідки їхнього застосування з метою захисту громадської думки від небажаного впливу.

Список використаної літератури

1. Бурдьє П. Политическое представление. Элементы теории политического поля. *Социология политики*: пер. с фр. / сост., общ. ред. и предисл. Н. А. Шматко. Москва : Socio-Logos, 1993. 336 с. URL: <http://bourdieu.name/content/politicheskoe-predstavlenie-elementy-teorii-politicheskogo-polja> (дата звернення: 25.04.2022).
2. Lasswell H. The Structure and Function of Communication in Society. *The Communication of Ideas* / L. Bryson (ed.). New York : Institute for Religious and Social Studies, 1948. P. 216–228. URL: http://sipa.jlu.edu.cn/_local/E/39/71/4CE63D3C04A10B5795F0108EBE6_A7BC17AA_34AAE.pdf (date of access: 27.04.2022).

3. McQuail D. *McQuail's Mass Communication Theory*. 6th Ed. Los Angeles : SAGE Publications Ltd, 2010. 534 p.
4. Braddock R. An Extension of the "Lasswell Formula". *Journal of Communication*. 1958. Vol. 8, iss. 2. P. 88–93. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1958.tb01138.x> (date of access: 27.04.2022).
5. Lasswell H. D. The uses of content analysis data in studying social change. *Social Science Information*. 1968. Vol. 7, iss. 1. P. 57–70. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/053901846800700104> (date of access: 27.04.2022).
6. Зражевська Н. І. Комунікаційні технології: лекції. Черкаси : Брама-Україна, 2010. 224 с. URL: http://eprints.edu.edu.ua/241/1/Зражевська_Н._І._курс_лекцій%2С_комунікаційні_технології.pdf (дата звернення: 27.04.2022).
7. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підручник для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація». Київ : ВЦ «Просвіта», 2008. 260 с. URL: http://filelibsnu.at.ua/navchalno-metod/jurnalistika/Teoriya_mas_com.pdf (дата звернення: 27.04.2022).
8. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник. Київ : КиМУ, 2011. 312 с. URL: https://www.academia.edu/32103272/ХОЛОД_О_М_Комунікаційні_технології_2011_doc (дата звернення: 27.04.2022).
9. Набруско В. І. Формування громадської думки в умовах легітимації політичної влади (масовокомунікативний вимір) : автореф. дис. канд. політ. наук: 23.00.03. Київ : Ін-т журналістики КНУ ім. Т. Шевченка, 2006. 20 с.
10. Мотузенко Б. І. Соціокультурні аспекти маніпулятивного впливу : автореф. дис. канд. соціол. наук: 22.00.04. Київ : КНУ ім. Тараса Шевченка, 2003. 17 с.
11. Габермас Ю. Дії, мовленнєві акти, мовленнєві інтеракції та життєвий світ. *Комунікативна практична філософія: підручник* / А. М. Єрмоленко. Київ : Лібра, 1999. С. 287–324.
12. Гарбадин А. Теорія комунікативної дії Ю. Габермаса: теоретична спорідненість з ідеями демократії. *Політична наука в Україні: стан і перспективи* : матеріали всеукр. наук. конф., Львів, 10–11 трав. 2007 р. / укл. Поліщук М. та ін. Львів : ЦПД, 2008. С. 78–83.
13. Goffman E. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, NY : Doubleday, 1959. 259 p.
14. Goffman E. *Strategic Interaction*. Philadelphia : University of Pennsylvania Press, 1971. 155 p.

Bondarenko M. M. Manipulations in Political Communication: Sociological Perspective

This article is devoted to sociological interpretation of the concept of manipulation in the field of political communications. The meaning of the political field as an environment for implementation of political communicative act with the emphasis on role dichotomy of key groups participating in the political process was elaborated. The fact that in the field of politics, communication is equated to action, operating in the categories of persuasion, commitment, opportunity to act and mobilize the audience was highlighted. The importance of modeling for studying communication processes was analyzed. The descriptive and analytical potential of communication models with a focus on H. Lasswell's linear transmission

model was indicated. Variations of this model were also compared, and the most complete version of it was derived, detailing seven key elements of the “formula” (participants, perspectives, situation, resources, strategies, outcome, effect). The focus of political communication on its effectiveness (and not its verity) by goal-setting was determined. The technological aspect of political communication and the modes of communicative technologies through interaction with public opinion (imperative-indoctrinal, dialogical and, in particular, manipulative) were revealed. The concept of communication technologies as a set of means of transformation of public opinion was summarized and defined. The strategic nature of manipulations as a type of social action for transmitting messages to recipients was considered, while their focus on influencing the change in behavior, assessments, opinions, in order to achieve certain manipulative goals of the manipulator was justified. The difference between manipulations as strategic actions in contrast to purely instrumental actions was revealed. The paradigmatic apparatus (theories of social interaction, symbolic interactionism) on the research of manipulations as a sociological concept was offered.

The article is a theoretical basis for further development of methodological nature for the fixation, description and analysis of manipulative technologies in political communication through the prism of sociology.

Key words: *political field, political communication, models of communication, communication technologies, manipulations, strategic action, public opinion.*