

ПРОПАГАНДА ЯК ПОЛІТИЧНА ТЕХНОЛОГІЯ НА ВИБОРАХ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Дослідження пропаганди як одної з основних соціально-комунікативних технологій, що використовуються під час виборчих кампаній.

Ключові слова: політична технологія, пропаганда, виборча кампанія, вплив, інформування, маніпулювання, суспільна думка.

Abstract

Research on propaganda as one of the main socio-communicative technologies used during election campaigns.

Keywords: political technology, propaganda, election campaigns, influence, information, manipulation, public opinion.

Вступ

Вибори – це важливий політичний процес, який дозволяє громадянам брати участь у житті своєї країни. У виборчих кампаніях використовуються різноманітні інструменти, покликані впливати на виборців і переконати їх голосувати за певного кандидата або партію. Одним із таких інструментів є пропаганда.

Щоб повністю дослідити пропаганду як одну з основних політичних технологій на виборах, важливо розібратися у історії виникнення та визначенні терміну пропаганда, розглянути її основні функції, види та методи застосування пропаганди у виборчому процесі.

Результати дослідження

Термін "пропаганда" походить від латинського слова "propaganda", що означає "підлягає поширенню". У 1622 році, коли в Європі тривала Тридцятирічна війна, Римська католицька церква зрозуміла, що її традиційний метод поширення християнства силою не є ефективним. Для того, щоб залучити до своєї віри людей в інших частинах світу, церква створила Конгрегацію із поширення віри. Ця конгрегація розділила світ на 13 регіонів і призначила в кожен з них свого представника – нунція. Основним завданням нунціїв і всієї конгрегації була пропаганда християнства, зокрема католицизму. [1, с. 311]

Французький соціолог Ж. Еллюль наводить таке визначення пропаганди. Пропаганда – це комунікація, "що використовується організованою групою, яка хоче забезпечити активну та пасивну участь у своїх діях маси індивідів, психологічно споріднених через психологічне маніпулювання та об'єднаних в організацію" [2, с. 61]

Сьогодні пропаганда є одним із найважливіших інструментів впливу на виборців у виборчих кампаніях. Вона дозволяє формувати в людей певні уявлення про реальність, а також маніпулювати їхніми емоціями та почуттями. Пропаганда – це система дій, спрямованих на формування у людей певних ідей, установок та поведінки.

У виборчих кампаніях пропаганда може використовуватися для досягнення різних цілей, таких як:

- формування позитивного іміджу кандидата або партії. Пропаганда може використовуватися для висвітлення позитивних сторін кандидата або партії, їхніх досягнень та перспектив. Це може включати поширення позитивних новин, публікацію матеріалів, що вихваляють кандидата або партію, а також створення позитивних асоціацій з ними;
- демонізація опонентів. Пропаганда може бути передбачена для дискредитації опонентів, поширення негативних чуток та інформації про них. Включає критику їхніх дій, розкриття їхніх недоліків та публікацію матеріалів, що викликають негативні емоції щодо них;
- формування певної суспільної думки. Пропаганда може використовуватися для формування

певної суспільної думки про певні питання, наприклад, про важливість певних проблем або про те, хто є найкращим кандидатом на певну посаду. Сюди входять поширення інформації, що відповідає інтересам кандидата або партії, а також створення суспільних настроїв, що сприяють перемозі кандидата або партії; [3]

Пропаганда є ефективним інструментом впливу на виборців, оскільки вона дозволяє маніпулювати їхніми емоціями та почуттями. Пропагандисти використовують різні методи, серед них:

- керування інформацією. Цей метод включає контроль над тим, яка інформація доступна виборцям, і те, як вона подається. Кандидат або партія може використовувати свої власні ЗМІ або соціальні мережі для поширення позитивної інформації про себе та негативної інформації про своїх опонентів;

- емоційне захоплення. Полягає в використанні емоцій, таких як страх, гнів або радість, для впливу на думки та поведінку виборців. Кандидат або партія може використовувати такі емоції, щоб викликати у виборців негативні почуття до своїх опонентів або спонукати їх підтримати певні ідеї;

- спростування. Під цим методом розуміється заперечення або мінімізація негативної інформації про кандидата або партію. Кандидат або партія може спростовувати звинувачення в корупції або некомпетентності, а також може намагатися переконувати виборців, що негативна інформація є неправдивою або перебільшеною;

- символіка. Передбачає використання символів, які викликають певні асоціації у виборців. Кандидат або партія може використовувати національні символи, щоб викликати у виборців почуття патріотизму, або може використовувати символіку, яка асоціюється з певними цінностями або ідеями; [3]

Існує багато видів пропаганди, які можна класифікувати за різними критеріями. Зокрема за джерелом походження інформації:

- біла пропаганда: відверто заявляє про свою мету та джерела інформації. Часто використовується для інформування та просування певної точки зору;

- сіра пропаганда: джерела інформації та мета можуть бути прихованими або неоднозначними. Може використовувати емоційні маніпуляції та неправдиві висловлювання;

- чорна пропаганда: використовує брехню, маніпуляції та дискредитацію для досягнення своєї мети. Часто спрямована на ворога або опонента; [4, с. 27]

За масштабами може бути:

- масова пропаганда: спрямована на весь електорат;

- сегментарна пропаганда: спрямована на сегмент, групу електорату; [3]

Також розрізняють позитивну та негативну пропаганду:

Позитивна (конструктивна) пропаганда прагне повідомити адресату відомості у зрозумілій формі. Мета позитивної пропаганди – сприяти соціальній гармонії, злагоді, вихованню людей відповідно до загальноприйнятих цілей. Позитивна пропаганда виконує виховну та інформаційну функції в суспільстві. Вона здійснюється в інтересах тих, до кого скерована, а не обмеженого кола зацікавлених осіб.

Негативна (деструктивна) пропаганда нав'язує людям ті або інші переконання за принципом «мета виправдовує засоби». Мета негативної пропаганди – розпалювання соціальної ворожнечі, нагнітання соціальних конфліктів, загострення суперечностей у суспільстві. Основна функція негативної пропаганди – створення паралельної реальності з «перевернутою», або спотвореною системою цінностей, переконань, позицій. Негативна пропаганда активно використовує критику та навіювання, щоб маніпулювати соціальними масами в інтересах невеликої групи осіб [5, с. 92].

Висновки

Проаналізувавши один з основних видів соціально-політичного явища, можна зробити висновок, що пропаганда є складним і багатограним феноменом, який має значний вплив на громадську думку. Вона є ефективним інструментом впливу на виборців, що використовується для досягнення різних цілей. В сучасних умовах пропаганда все частіше використовує інноваційні технології та методи поширення інформації, що робить її ще більш ефективною. Тому важливо бути обізнаним про те, як працює пропаганда, щоб мати можливість критично оцінювати інформацію і не піддаватися маніпуляціям.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Климанська Л.Д. Соціально-комунікативні технології в політиці: Таємниці політичної “кухні”: Монографія. – Львів: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2007. 332 с.
2. Ellul J. Propaganda. – New York: Alfred A. Knopf, 1965
3. Корнієнко В. О. Політичні технології у політичній практиці [Текст] / В. О. Корнієнко // Прикладна політологія : навчальний посібник. — Київ : Видавничий центр "Академія", 2008. — С. 170–180.
4. Бойко О.Д. Пропаганда. Політична енциклопедія / Редкол.: Ю.А. Левенець (голова), Ю.І. Шаповал(заст. голови) та ін. Київ : Парламентське видавництво, 2011. 610 с.
5. Шведа Ю.Р. Політичні партії. Енциклопедичний словник. Львів : Астролябія, 2005. 488 с.

Рикало Олександр Олександрович — студент групи БМ-22мс, факультет будівництва цивільної та екологічної інженерії, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: Olexandrrikalo@gmail.com

Корнієнко Валерій Олександрович – доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри соціально-політичних наук, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: valkorney1958@gmail.com

Rykalo Oleksandr — student, Faculty of Construction, Civil and Environmental Engineering, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia. Email: Olexandrrikalo@gmail.com

Kornienko Valerii – Dr. of Political Sciences, Professor, Head of the Department of Social and Political Sciences, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa, e-mail: valkorney1958@gmail.com