

## Манипулятивный аспект избирательной кампании

Научный руководитель – Минаева Людмила Владимировна

*Бядретдинова Ольга Ринатовна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет мировой политики, Кафедра международной коммуникации, Москва, Россия

*E-mail: byadretdinova@mail.ru*

В современном мире выборы являются важнейшей частью политической жизни каждого государства. Стремление кандидатов убедить избирателей в нужности именно их программ — неотъемлемая часть любой избирательной кампании. Возможности управления социума путем воздействия на массовые политические настроения достаточно широки и чётко отработаны в ходе многочисленных выборов. Сегодня существуют различные направления и виды манипулирования сознанием человека: это и политическая рекламистика, и имиджмейкинг, и спичрайтинг, и организация и проведение массовых политических мероприятий, и аналитическое обеспечение политической кампании. Манипулятивное воздействие реализуется так, что объект не всегда осознаёт настоящий характер оказываемого на него влияния и часто принимает навязываемое ему мнение за свой собственный выбор.

Коммуникационно-информационные кампании вырабатывают у общества устойчивые социально-политические представления и побуждают их к какой-либо политической деятельности (например, к выбору одних фигур и полному неприятию других). Главная цель манипулирования в случае избирательных кампаний — получение или сохранение власти. Манипулятор должен предугадать ожидания и предположить оптимальный образ и программу кандидата. Нередко такого рода деятельность некоторые авторы называют «зомбированием населения». Задачи кампании состоят в том, чтобы привлечь внимание населения, используя определённые линии поведения для «внедрения» в общественное сознание значимости общности, единения и важность именно этой кампании.

Технология политической манипуляции предполагает следующее: внедрение в сознание информации желательного для определенных групп содержания, воздействие на болевые точки общественного сознания, стремление побудить человека к тем или иным действиям, реализация замыслов, достижение которых связано с поддержкой общественности. Вся манипулятивная деятельность негативно влияет на выбор граждан, превращая его из свободного принятия решений в заранее запрограммированный специалистами, использующими закономерности массовой психологии, акт. Характерными чертами манипулирования являются закрытость, иллюзия, психологическое давление. Успех манипуляции гарантирован, когда общество верит, что всё происходящее естественно и неизбежно. Для данного действия требуется фальшивая действительность, в которой её присутствие не будет ощущаться.

### Источники и литература

- 1) 1. А. М. Цуладзе. Политические манипуляции, или Покорение толпы. М.: Книжный дом "Университет", 1999.
- 2) 2. Фаер С. Приёмы стратегии и тактики предвыборной борьбы. М., 2001.
- 3) 3. Забурдаева Е.В. Технологии манипулирования общественным мнением и основы управленческой борьбы. М.: Изд-во МГИМО, 1998.