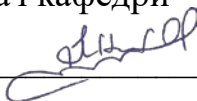


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ІСТОРИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**  
**КАФЕДРА ПОЛІТОЛОГІЇ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**

До захисту допустити:

Завідувач кафедри



Максим БУЛИК

«19» листопада 2024 р.

**«МАНІПУЛЮВАННЯ СУСПІЛЬНОЮ СВІДОМІСТЮ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ  
ТЕХНІК НЕЙРО-ЛІНГВІСТИЧНОГО ПРОГРАМУВАННЯ ЯК  
ЕЛЕМЕНТ СУЧАСНОЇ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ»**

Кваліфікаційна робота здобувача вищої освіти другого  
(магістерського) рівня вищої освіти освітньо-професійної  
програми «Політологія. Політична аналітика та  
експертиза», ОС «Магістр»

Овіннікової Раїси Віталіївни

Науковий керівник: Пашина Наталія Полікарпівна,  
д.політ.н., професор, професор кафедри політології та  
міжнародних відносин МДУ

Рецензент: Сальнікова Наталія Валеріївна, к.і.н., доцент,  
професор кафедри соціології та політичних наук  
Національного авіаційного університету

Кваліфікаційна робота захищена з оцінкою відмінно / 100 / А

Секретар ЕК



Максим БУЛИК

«18» грудня 2024 р.

Київ – 2024

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....	10
1.1. Поняття, принципи та функції політичної комунікації .....	10
1.2. Основні моделі політичної комунікації.....	22
РОЗДІЛ 2. МАНІПУЛЮВАННЯ СУСПІЛЬНОЮ СВІДОМІСТЮ В СТРУКТУРІ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....	33
2.1. Маніпулювання як феномен політичної дійсності .....	33
2.2. Особливості масової політичної свідомості і поведінки.....	43
2.3. Методи та засоби політичного маніпулювання.....	54
РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ НЛП ЯК ІНСТРУМЕНТУ ВПЛИВУ В ПОЛІТИЧНІЙ КОМУНІКАЦІЇ.....	66
3.1. Сутність, види, техніки, сфери НЛП .....	66
3.2. НЛП як інструмент політико-комунікативного впливу на суспільну свідомість в умовах невизначеності, спричиненої воєнними діями в Україні .....	78
ВИСНОВКИ.....	98
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	104
ДОДАТКИ .....	120

## ВСТУП

**Актуальність обраної теми дослідження** обумовлена широким використанням психологічних технологій у політичній комунікації задля здійснення цілеспрямованого маніпулятивного впливу на суспільну свідомість. Нейро-лінгвістичне програмування (далі – НЛП), як підхід у психології та комунікації, оперує чисельними техніками впливу на мислення, поведінку та емоційні реакції людини, що відкриває широкі можливості застосування означеної модальності в політичному дискурсі. Разом з тим, відсутні комплексні наукові дослідження, присвячені вивченню механізмів маніпуляції суспільною свідомістю для формування політичних уподобань, передбачуваних емоційних реакцій та керованої політичної поведінки населення за допомогою технік НЛП.

В свою чергу, стрімка інформатизація суспільства, яке дедалі більше залежить від медіа та засобів цифрових комунікацій, призводить до того, що ці технології не лише забезпечують швидкий доступ до інформації, але й стають основними інструментами управління суспільними настроями, формування та поширення політичних наративів, конструювання цінностей і соціальних норм. НЛП акцентує увагу на тому, як люди сприймають інформацію через різні канали (зоровий, аудіальний, кінестетичний), що дозволяє зрозуміти механізми впливу на свідомість і поведінку людей. В свою чергу, мультимедіа дозволяє інтегрувати різні сенсорні елементи (текст, зображення, звук, відео), що значно підсилює вплив комунікаційних стратегій. Зважаючи на те, що сучасне буття людини нерозривно пов'язане з використанням інформаційно-комунікаційних мереж та активною залученістю до соціальних медіа, інформація стає не лише предметом комунікації, але й потужним знаряддям політичної боротьби. У цьому контексті суспільна свідомість перетворюється на об'єкт впливу і маніпуляцій.

Оскільки НЛП базується на розумінні зв'язку нейробіологічних процесів (нейро) з мовленням (лінгвістика), досліджує, як сприйняття, думки та поведінка

формується на основі обробки інформації через мову, а саме мова є ключовим засобом комунікації в політиці, то вивчення можливостей саме цього психотехнологічного підходу вбачається перспективним напрямком наукових досліджень, орієнтованих на практичне застосування отриманих результатів. Так, окремої значущості набуває висвітлення механізму використання у політичній комунікації окремих технік НЛП, як-от рефреймінг, Мілтон-модель, Метамодель, фокуси мови, піраміда неврологічних рівнів, адже їх застосування дозволяє політичним акторам навіювати переконання, впливати на емоційні реакції аудиторії, моделювати та змінювати поведінку, визначати політичні уподобання, і зрештою формувати політичну свідомість і культуру суспільства.

В свою чергу, використання технік НЛП порушує питання етики та прозорості політичних комунікацій, оскільки застосування такої методології знижує добровільність та усвідомленість політичного вибору людини, який є цінністю в демократичному суспільстві.

Окремої значущості означена тема набуває в контексті невизначеності, спричиненої воєнними діями в Україні, адже політичне маніпулювання стає інструментом інформаційних і когнітивних війн, а НЛП розповсюдженим інструментом впливу на суспільну свідомість, індивідуальні носії якої є надзвичайно вразливими, навіюваними і гіпнабельними у стресових ситуаціях.

**Стан розробки наукової проблеми.** Тема маніпулювання суспільною свідомістю та його інструменти становить значний науковий інтерес на стику політології та соціальної і політичної психології. Разом з тим, дослідження можливостей маніпулятивного впливу за допомогою технік НЛП в сучасній політичній комунікації поки не отримали широкого висвітлення в українській політологічній доктрині, більшість теоретичних напрацювань з означеної теми представлена в англійській літературі з суміжних соціальних наук. Це, зокрема, праці Р. Бендлера, Дж. Гріндера, Р. Ділтса, К. Коллінгвуда, Дж. Коллінгвуд, Дж. Пассмора, Т. Роусон, Я. Котера, М. Дж. Світа, Д. Сандуа та ін. Для опису технік

НЛП важливе значення має україномовний навчальний посібник з НЛП за загальною редакцією С. О. Гнатюка, О. А. Смірнова та В. М. Петрика, а також відео-матеріали А. В. Добровольської. Варто зазначити, що через відсутність єдиного наукового консенсусу щодо ефективності та правомірності використання НЛП як методу впливу, дослідження ускладнюються методологічно. Багато критиків вважають НЛП емпіричним методом комунікації, а не науково обґрунтованим підходом, що обмежує його дослідженість у наукових колах. Незважаючи на обмеження, існує потенціал для розвитку цієї тематики, особливо в контексті нових форм комунікації через соціальні медіа. Спостерігається зростання інтересу до теми серед психологів, соціологів, політологів, що свідчить про перспективи її розвитку та подальшої теоретичної розробки і систематизації.

**Об'єктом дослідження** є політична комунікація як складне і багатоаспектне явище сучасної політичної дійсності.

**Предмет дослідження** – використання технік НЛП, спрямованих на маніпулювання суспільною свідомістю в процесі політичної комунікації.

**Мета магістерської роботи** полягає у визначенні методологічних можливостей НЛП щодо маніпулювання суспільною свідомістю у політичній комунікації, конкретних прийомів і технік НЛП, потенційних наслідків їх застосування. Відповідно до мети дослідження поставлено наступні **завдання**:

- проаналізувати ключові поняття, принципи та функції політичної комунікації, систематизувати підходи до їх визначення;
- розкрити сутність основних моделей політичної комунікації;
- визначити сутнісні характеристики маніпулювання як феномену політичної дійсності;
- встановити особливості масової політичної свідомості і поведінки;
- охарактеризувати методи та засоби політичного маніпулювання;
- означити сутність, види, техніки та сфери НЛП;

- представити НЛП як інструмент політико-комунікативного впливу на суспільну свідомість в умовах невизначеності, спричиненої воєнними діями в Україні.

**Теоретична основа дослідження** представлена працями вітчизняних та іноземних дослідників. Теоретичний аналіз сутності явища політичної комунікації здійснено на підставі доробків О.О. Буданової, Н.П. Пашиної, А.А. Данько-Сліпцової, М.В. Павлюх, О.В. Дяченко, Т. Ньюкомба, А. Девіса, Г. Вольфсфельда та ін. Багатовимірність формування масової свідомості та поведінки представлено на основі положень, сформульованих Г. Лебоном, Е. Дюркгеймом, Е. Кассирером, К. Маннгеймом, С. Бікчандані, А. Бенерджі, М. Маккомбсом, Д. Шоу, Е. Бернейсом, Е. Ноель-Нойман, І. Гофманом, Л. Фестінгером, Н. Постаманом та К. Шміттом. Теоретичним підґрунтям визначення особливостей маніпулювання суспільною свідомістю в структурі політичної комунікації є роботи Н. Макіавеллі, М. Фуко, А. Грамші, Ч. Тіллі, Г. Маркузе та сучасні праці Є. Етціоні-Галеві, Ю. В. Лисенко, Ю. М. Манелюка, В. Ю. Крикуна, А. Конета, С. М. Наумкіної та ін. Особливості застосування технік НЛП в політичній комунікації розкрито, ґрунтуючись на розробках Д. Гріндера, Р. Бендлера, Р. Ділтса, Д. Пассмора, Т. Роусон, Дж. Коллінгвуда, К. Коллінгвуда, П. Тосі, Д. Матісона, Д. Сандуа, С. О. Гнатюка, О. А. Смірнова, В. М. Петрика, А.В. Добровольської та ін.

**Методи дослідження.** Міждисциплінарний характер дослідження обумовив методологічне підґрунтя магістерської роботи. Так, автором було використано методологічні підходи та теоретичні напрацювання політологічної, філософської, соціологічної та психологічної наук для пояснення феноменів політичного маніпулювання, масової політичної свідомості та поведінки: політичний реалізм Н. Макіавеллі, постструктуралізм М. Фуко, теорію гегемонії А. Грамші, теорію колективних дій Ч. Тіллі, соціальну філософію Г. Маркузе, соціальну психологію Г. Лебона та Г. Тарда, теорію пропаганди Е. Бернейса,

соціологічний підхід К. Маннгейма, теорію фреймінгу І. Гофмана. В ході дослідження застосовано комплекс загально-наукових та конкретно-наукових методів пізнання політичних явищ. Зокрема, системний підхід та застосування прийомів формальної логіки дозволило представити політичну комунікацію як складну систему. Історичний аналіз, метод порівняння і систематизації сприяли вивченню розвитку поглядів щодо природи політичної комунікації, її функцій та принципів. Дискурс-аналіз застосовано для виявлення засобів і стратегій, що використовуються для маніпуляції в політичному дискурсі, порівняльний метод – для зіставлення різних методів маніпуляції та їх впливу на суспільну свідомість. Аналіз і синтез використано для структурування інформації про основні техніки та сфери застосування НЛП, метод моделювання – для представлення можливостей впливу технік НЛП на суспільну свідомість, психолінгвістичний аналіз – для визначення мовних засобів і технік НЛП, що використовуються для впливу на когнітивні процеси, кейс-стаді – для аналізу конкретних випадків застосування НЛП у політичній комунікації в умовах війни та невизначеності.

**Наукова новизна одержаних результатів** обумовлена сукупністю поставлених дослідницьких завдань та полягає у комплексному дослідженні феномену маніпулювання суспільною свідомістю із використанням технік НЛП як елементу сучасної політичної комунікації. Так, за результатами дослідження зроблено внесок у подальший розвиток понятійно-категоріального апарату політологічної науки. Зокрема, запропоновано авторське бачення дефініції таких понять: «політична комунікація», «функції політичної комунікації», «принципи політичної комунікації», «модель політичної комунікації», «масова політична свідомість», «масова політична поведінка», «нейро-лінгвістичне програмування». Розмежовано поняття «метод політичного маніпулювання» та «засіб політичного маніпулювання».

Систематизовано положення найбільш відомих моделей політичної комунікації. Проаналізовано положення підходів до вивчення маніпулювання як

феномену політичної дійсності, виокремлено його ознаки. Узагальнено прояви політичного маніпулювання. На основі комплексного аналізу ключових теорій, що розкривають феномен масової політичної свідомості та поведінки, продемонстровано вплив політичного маніпулювання на означені явища.

Зроблено спробу представити в українській науковій думці НЛП як засіб впливу на суспільну свідомість і поведінку в рамках політичної комунікації, визначено можливості маніпулятивного впливу із використанням технік НЛП.

**Практичне значення отриманих результатів** полягає у можливості їх подальшого використання в ході політичних, в тому числі передвиборчих, кампаній задля вибудовування ефективних комунікаційних стратегій, а також при розробці політики протидії дезінформації та розвитку медіаграмотності населення.

Висновки та положення магістерського дослідження можуть становити інтерес для політичних акторів різного рівня (органів державної влади, політичних партій та лідерів, структур громадянського суспільства), що виступають в якості суб'єктів політичної комунікації.

Матеріали роботи можуть бути використані в викладанні навчальних дисциплін «Політична комунікація», «Політична психологія», «Політичні технології» та ін.

**Апробація результатів дослідження.** Результати магістерського дослідження були представлені в тезах на Всеукраїнській науково-практичній конференції «Суспільно-політичні трансформації у XXI столітті: локальні, національні та глобальні контексти» (м. Київ, 18 квітня 2024 р.); VIII Всеукраїнській науково-практичній конференції «Сучасна українська держава: вектори розвитку та шляхи мобілізації ресурсів» (м. Одеса, 30 квітня 2024 р.); VII Міжнародній науково-теоретичній конференції «The process and dynamics of the scientific path» (м. Афіни, Грецька Республіка, 22 листопада 2024); в статті: Пашина Н. П., Овіннікова Р. В. Маніпулювання та НЛП: приховані стратегії в



політичній комунікації. Вісник Маріупольського державного університету. Серія «Історія і політологія». 2024. Вип. 39.

**Структура та обсяг роботи.** Магістерське дослідження складається зі вступу, трьох розділів, семи підрозділів, загальних висновків та списку використаних джерел. Основний зміст роботи викладено на 100 сторінках. Список використаної джерел включає 153 найменування на 16 сторінках.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

## 1.1. Поняття, принципи та функції політичної комунікації

Класичною роботою у вивченні комунікації вважають книгу В. Ліппмана «Громадська думка» (1922), в якій сфера, яка пізніше отримала назву «масова комунікація», визначалася, як «громадська думка і пропаганда» [88, с. 4]. В. Ліппман відіграв важливу роль у визначенні ролі засобів масової інформації у формуванні громадської думки в демократичному суспільстві. Він стверджував, що засоби масової інформації відіграють вирішальну роль у створенні вільного ринку ідей [88, с. 4]. Вивчення медіа-ефектів як частина постійної дослідницької програми розпочалося з наукової роботи Г. Лассвелла, який спеціалізувався на дослідженні пропаганди та формалізував методологію контент-аналізу медійних повідомлень [88, с. 5]. Іншим фундатором дослідження комунікації був П.Ф. Лазарсфельд, який досліджував вплив радіо на американську аудиторію та разом зі своїм колегою-соціологом Р. К. Мертоном розробив дослідницький метод фокус-групових інтерв'ю [88, с. 5]. Отже, наукові розробки В. Ліппмана, Г. Лассвелла та П.Ф. Лазарсфельда стали фундаментом для вивчення масової комунікації. Означені автори визначили ключові напрямки досліджень, включаючи роль ЗМІ у формуванні громадської думки, методи аналізу медійного контенту, та вивчення впливу медіа на аудиторію. Важливою рисою розвитку досліджень комунікації стало залучення підходів різних наукових дисциплін, таких як соціологія, психологія, та політичні науки, що сприяло комплексному розумінню впливу медіа на суспільство.

Поняття «політична комунікація» увійшло в науковий обіг в контексті еволюції західного суспільства після Другої світової війни, зі збільшенням значення нових інформаційних технологій і розвитком кібернетичної теорії [19,

с. 345]. На думку Н. Вінера, всі явища в навколишньому світі можна пояснити через призму інформаційного обміну та циркуляції інформації. Він стверджував, що створення, передача, отримання та обробка повідомлень суттєво впливають на політичні процеси [22, с. 5]. Це підкреслює, що інформація та її обмін стали фундаментальними для функціонування політичних систем, впливаючи на політичні процеси, прийняття рішень та суспільну свідомість.

О. Б. Буданова зазначає, що розвиток теорій політичної комунікації ґрунтується на комунікативних підходах до соціальних явищ [2, с. 13]. Даний автор виокремлює такі характеристики політичної комунікації: є необхідною умовою розвитку політичної системи та політичної діяльності у країні; є провідником політичної інформації; через інформацію пов'язує політичну систему із соціальною, уможлиблює їх взаємодію; зумовлює політичну ситуацію й може впливати на неї; має надалі вивчатися на межі соціальних та політичних наук; є інструментом підвищення суспільної активності та формування політичної свідомості [2, с. 27].

Політичну комунікацію пропонується розглядати, як інтерактивний процес передачі інформації між політиками, засобами масової інформації та громадськістю. Цей процес може відбуватися вниз від керівних інституцій до громадян, горизонтально у зв'язках між політичними акторами, а також угору від громадської думки до влади [113, с. 15]. Тож, політична комунікація є інтерактивною, що означає, що всі учасники процесу (політики, медіа, громадськість) активно взаємодіють один з одним. Вона включає не лише передачу інформації, але і отримання зворотного зв'язку, що дозволяє коригувати і адаптувати комунікаційні стратегії. Громадськість не є пасивним споживачем інформації, а активно бере участь у формуванні політичного дискурсу і впливає на політичні рішення. Зворотний зв'язок від громадськості може бути важливим для адаптації політичних стратегій і формування політичних рішень.

Політична комунікація – це процес взаємної інформаційної взаємодії між політичними суб'єктами, пов'язаний відносинами влади, боротьби та співпраці [35, с. 76]. З цього визначення вбачається, що оскільки політична комунікація включає як елементи боротьби, так і співпраці, а також взаємодію між різними акторами, вона є динамічним і складним процесом. Зміни в політичному середовищі можуть швидко змінювати комунікаційні стратегії та відносини між учасниками.

У дисертаційному дослідженні А.А. Данько-Сліпцової наведено визначення політичної комунікації як постійного процесу передачі політичної інформації, безперервного обміну політичними смислами між індивідами та політичними силами суспільства з метою досягнення згоди, процесу передачі політичної інформації, за допомогою якого політична інформація циркулює між різноманітними елементами політичної системи, а також між політичною та соціальною системами [6, с. 69]. Крім того, політична комунікація розглядається й як процес соціальної взаємодії за допомогою повідомлень, що стосується державного управління і здійснення влади у суспільстві [6, с. 70].

А. Девіс у праці «Політична комунікація: Вступ для кризових часів», посилаючись на Б. Макнейра, наводить такі аспекти розуміння політичної комунікації, як цілеспрямованого спілкування про політику: 1. Усі форми комунікації політиків та інших політичних акторів. 2. Повідомлення, адресовані цими суб'єктами не політикам, таким як виборці та активісти. 3. Повідомлення про цих учасників та їхню діяльність, що містяться в новинах, редакційних статтях та інших формах засобів масової інформації [65].

В науковій літературі пропонують виокремлювати етапи розвитку політичної комунікації за критерієм способів генерації повідомлень політичними акторами та поширення через традиційні чи «нові» медіа. Це – домодерн (від середини дев'ятнадцятого століття до кінця 1950-х років ХХ ст.), модерн (з кінця 1980-х років) і постмодерн (від початку 1990-х років) [78, с. 2-3].

Г. Гонсалвес зазначає, що на початку ХХІ століття сформувалося п'ять основних теоретичних традицій у дослідженні політичної комунікації: риторичний аналіз політичного дискурсу, дослідження пропаганди, дослідження голосування, ефекти ЗМІ та особливості взаємодії впливу між урядом, пресою та громадською думкою [78, с. 5], що відображає багатоаспектність і складність явища політичної комунікації, а також підкреслює важливість міждисциплінарного підходу до його вивчення.

Дж. Блумлером, на основі дослідження політики та медіа Великобританії та США, виокремлено чотири епохи політичної комунікації. Так, перший період, протягом двох десятиліть після Другої світової війни, був «золотим віком» політичних партій та преси: членство в партії було значущим, громадяни лояльними, а друковані ЗМІ шанобливими. Друга епоха, з 1960-х до 1990-х років визначилася запровадженням національного телебачення з обмеженими каналами. На рубежі століть, на тлі широких соціальних перетворень (індивідуалізації, секуляризації) та зростання кількості медіа, повсюдності 24-годинного багатоканального середовища – сформувалася третя епоха політичної комунікації. Для неї було властиво: посилення професіоналізації партій, які тепер віддають пріоритет медіа-стратегії у виробленні політики; посилення політичної та медійної конкуренції; антиелітарний та короткостроковий популізм; зростаюча диверсифікація засобів масової інформації, тем і порядку денного. У 2013 році Дж. Блумлер висловив припущення, що розвиток цифрових технологій може рухати демократії до четвертої епохи політичної комунікації, за якої нова комунікаційна архітектура не вибудовується «зверху вниз», руйнується пірамідальна модель повідомлень від еліти до масової комунікації [53]. З аналізу, представленого Дж. Блумлером, можна зробити висновок про еволюцію політичної комунікації від централізованих, вертикальних систем до децентралізованих, горизонтальних і багатовимірних моделей. Кожна з чотирьох епох політичної комунікації відображає зміни в політичних та медійних

практиках, спричинені розвитком технологій, соціальними трансформаціями та змінами в структурі влади.

А. Девіс наголошує, що різноманітні виклики демократичним і медійним системам, серед яких, наприклад, зміцнення влади авторитарних політичних лідерів та запровадження альтернативного типу авторитарного капіталізму разом із провадженням агресивних військових кампаній, дозволяють охарактеризувати сучасні тенденції реалізації політичної комунікації, як такої, що відбувається в кризові часи.

Вказаний автор узагальнює властивості сучасної, четвертої, епохи політичної комунікації: послаблення здатності суверенних державних інституцій впроваджувати політику; розпад віри в політичні інститути та наукову раціональність; ідеологічна роздробленість партій, формування урядів хиткими коаліціями таких партій; культурні та націоналістичні виклики традиційній ліво-правій політиці; швидке зростання та непередбачуваність розвитку партій, груп інтересів, громадських рухів; узурпація політичної комунікації новими гібридними політичними акторами, які спілкуються безпосередньо з великою аудиторією соціальних мереж; наявність потоків новин та інформації, які невідзвітні та неконтрольовані з боку держави; проблеми інформаційного перевантаження та правди; відмінність моделей споживання інформації серед різних соціальних груп, тощо [65]. Таким чином, сучасна епоха політичної комунікації характеризується нестабільністю, зростанням впливу нових технологій, кризою довіри до традиційних інститутів, а також появою нових форм політичної взаємодії, які стають менш контрольованими та передбачуваними.

До особливостей сучасної публічної комунікації відносять: повсюдне поширення інформаційних і комунікаційних технологій, які більше не монополізовані промислово централізованими професійними організаціями; більш дифузне поняття громадськості, яка не визначається в термінах національної суб'єктності, а стала більш культурно роздробленою, політично

пострелігійною та мінливою у своєму споживацькому виборі; зменшення наголосу на телебаченні як інструменту надання суспільних послуг і більший наголос на його здатності відкривати громадський простір; політичне більше не відноситься тільки до інститутів держави, але стало описувати ряд повсякденних зіткнень з владою; визнання урядами різних рівнів того, що ризиками і складнощами державного управління неможливо керувати без використання досвіду, спеціальних знань і мережевих зв'язків із громадськістю [80, с. 178]. Отже, підкреслюється тенденція демократизації комунікаційних технологій, що зумовлює створення нових медіа, які забезпечують більше можливостей для задоволення інформаційних потреб суспільства – не лише традиційні медійні організації, але й індивідуальні користувачі, неурядові організації, та інші актори можуть брати участь у публічному дискурсі.

В науковій літературі відзначається, що зростання онлайн-спільнот на платформах соціальних медіа створило громадськість, придатну для політичної агітації. Політичні партії та актори адаптувалися до нового цифрового середовища, створили мікроблоги, за допомогою яких можуть інформувати громадян про свої погляди та діяльність. Крім того, користувачі можуть відповідати на повідомлення політиків або коментувати їх, породжуючи новий тип політичної взаємодії та змінюючи саму природу політичної комунікації. Потік інформації від політиків до громадян і назад відбувається за іншою моделлю трансляції, ніж класична. Замість того, щоб журналісти спостерігали за політичною діяльністю, політичні актори самі створюють повідомлення та оприлюднюють їх на платформах. Кожна платформа надає своїм користувачам доступ до створеного контенту, а також поширює його серед них за допомогою алгоритмів рекомендацій. Потім отримана інформація оцінюється як прямо, так і опосередковано: політичне повідомлення інтерпретується негайно або згодом через подальшу соціальну взаємодію між громадянами на відповідні теми. Це створює новий тип інтерактивності, оскільки користувачі, які активно беруть

участь в онлайн-дискусіях, діляться своїми поглядами, можуть впливати на те, як первинна політична інформація буде засвоєна пасивними користувачами, а також безпосередньо впливати на політичних акторів [114]. Описані тенденції мають значний вплив на трансформацію функцій політичної комунікації, змінюючи традиційні моделі та вносячи нові елементи в процеси взаємодії між політичними акторами та громадськістю, де інтерактивність, персоналізація і швидкість реагування набувають особливого значення. Якщо у традиційній моделі медіа журналісти відігравали центральну роль у відборі і трансляції політичної інформації, то сьогодні політичні актори самостійно створюють і розповсюджують повідомлення через соціальні медіа, що дозволяє їм уникнути медіа-інтерпретацій і напряду спілкуватися з аудиторією. Це зміщує фокус з медіа як посередників на самостійних комунікаторів. Крім того, відбувається створення нових форм політичної взаємодії, де користувачі можуть впливати на дискурс і політичний процес через свої коментарі і поширення інформації.

Підхід до розуміння принципів політичної комунікації представлено у праці Г. Вольфсфельда. Вказаний автор пропонує виокремлення таких засадничих начал політичної комунікації:

1. Політична влада зазвичай може бути перетворена на владу над медіа [150, с. 19]. Так, особливістю політичної комунікації називають те, що висвітлення у ЗМІ та передача повідомлень є прерогативою тих акторів, хто володіє політичною владою. Відгалуженням цього принципу є принцип кумулятивної нерівності, відповідно до якого політичні актори, які найбільше потребують доступу до новин, є тими, кому найважче його отримати. Розуміння того, що політична влада може бути перетворена на контроль над медіа, допомагає пояснити, чому еліти мають більші можливості для впливу на публічний дискурс. Це підкреслює важливість вивчення того, як політичні актори використовують медіа для формування громадської думки і які перешкоди існують для менш впливових акторів.



2. Втрата контролю над політичним середовищем призводить до втрати контролю над усіма формами медіа [151, с. 19]. При цьому наголошується, що цифрові медіа ускладнили збереження контролю над політичним середовищем, особливо коли йдеться про потоки інформації. Усвідомлення того, що втрату контролю над політичним середовищем супроводжує втрата контролю над медіа, особливо в епоху цифрових медіа, вказує на складність сучасного медійного середовища та акцентує важливість вивчення, як нові технології впливають на управління інформацією та політичні стратегії.

3. Кожна політична інформація, яка з'являється у будь-якій формі медіа, є упередженою, а справжня об'єктивність є неможливою [151, с. 20]. В даному контексті актуалізується необхідність критичного підходу до аналізу медійного контенту, оскільки дозволяє зрозуміти, як медіа формують і спотворюють політичні реалії.

4. Медіа насамперед спрямовані на розповідання цікавих історій, що часто може мати значний вплив на політичні процеси: привернення уваги є важливішим за змістовне наповнення [151, с. 21]. Для опису цього явища використовується термін «інфотейнмент». Вбачаємо, що вивчення того, як медіа прагнуть привернути увагу через інфотейнмент і драматизацію, дозволяє краще зрозуміти, як медійний контент може впливати на політичні процеси і формування громадської думки.

5. Медіа впливають на реципієнтів, коли вони не усвідомлюють цього. Тож беззаперечною є важливість вивчення того, як саме медіа-повідомлення формують думки і поведінку людей на підсвідомому рівні.

Підкреслимо, що викладені принципи політичної комунікації за Г. Вольфсфельдом мають значення для розуміння взаємодії між політичною владою, медіа та громадськістю.

В науковій літературі виокремлюють чотири рівні реалізації політичної комунікації в умовах воєнного стану в Україні: міжнародний, нормативний,

інституційний та публічно-громадський [46, с. 113-116]. Вбачається, що політична комунікація є системним та системоутворюючим явищем. Принцип системності політичної комунікації означає, що комунікаційні процеси організовані як цілісна, взаємопов'язана система, де кожен елемент має своє місце та функцію, і де всі частини взаємодіють для досягнення спільної мети. Крім того, з огляду на рівні реалізації політичної комунікації, вона ґрунтується на таких принципах: мультивекторності комунікації (політична комунікація має враховувати різні рівні впливу та аудиторії – від міжнародної спільноти до місцевих громад); відповідності нормам (політична комунікація повинна відповідати як національним, так і міжнародним правовим нормам); інституційної координації (важливим є забезпечення скоординованої комунікації між різними інституціями та організаціями); громадської участі та інклюзивності (повинна бути орієнтована на залучення громадян до процесу прийняття рішень та обговорення актуальних проблем); прозорості та відкритості (важливо забезпечувати доступність інформації для всіх рівнів аудиторії).

Для політичної комунікації важливого значення набуває свобода діяльності у сфері медіа, сутність та зміст якої представлено у ч. 1 ст. 4 Закону України № 2849-IX від 13.12.2022 р. «Про медіа». Так, діяльність у сфері медіа ґрунтується на принципах свободи вираження поглядів і переконань, свободи поширення, обміну та отримання інформації, свободи діяльності суб'єктів у сфері медіа, у тому числі вільного визначення змісту інформації, свободи господарської діяльності у сфері медіа, гарантованості права на інформацію, відкритості та доступності інформації, достовірності і повноти інформації, правомірності одержання, використання, поширення, зберігання та захисту інформації, захищеності особи від втручання в її особисте та сімейне життя [34]. Ці принципи підкреслюють важливість свободи, відкритості, достовірності та законності в політичній комунікації, що є основою для ефективного функціонування демократичної політичної системи.

Функціями масової комунікації називають присвоєння статусу, зміцнення соціальних норм та «наркотизації» [31, с. 27]. Оскільки політична комунікація є різновидом масової комунікації, то, вважаємо, що для неї теж властиві означені функції. Так, реалізація функції присвоєння статусу може проявлятися у способах висвітлення певних політиків, партій чи подій у засобах масової інформації. Наприклад, медіа можуть підвищувати значущість певного політика через часте згадування та позитивне висвітлення його діяльності, або ж, навпаки, знижувати його статус через критику чи ігнорування. Політична комунікація також може виконувати функцію «наркотизації», коли пасивне споживання політичної інформації замінює активну участь громадян у політичному житті. Це означає, що люди можуть відчувати ілюзію залученості до політичних процесів лише через сприйняття новин та політичних повідомлень, без реальної участі.

М. В. Павлюх зазначає, що «соціально-політична комунікація у ЗМІ виконує важливі функції: інформації, бо несе певний рівень культури, інформує населення про політичні сили; соціалізації, тому що свою аудиторію готує до політичних змін, намагається адаптувати аудиторію до політичної інформації; інтеграції, бо втягує свою аудиторію у політичні процеси; комунікації, бо постійно здійснює спілкування між аудиторією і різними політичними силами; орієнтації, бо намагається дати політичні орієнтири аудиторії; ідентичності, тому що ідентифікує певні політичні сили і аудиторію» [30, с. 47]. Таким чином, політична комунікація виконує широкий спектр функцій, спрямованих на інформування, соціалізацію, інтеграцію, орієнтацію та ідентифікацію громадян у політичному просторі, а також на підтримку активного комунікативного процесу між політиками та суспільством.

На основі здійснення теоретичного аналізу функціонального механізму політичної комунікації, О. Б. Буданова виокремлює такі функції політичної комунікації: інформаційна, регулятивна, соціалізаційна, інтеграційна, мотиваційна, маніпулятивна, зворотного зв'язку, розважальна, мобілізаційна,

кореляційна, континуїтивна, іміджева, узгоджувальна (або консолідуюча), адаптивна, емоційна [2, с. 37]. З означеного вбачається, що політична комунікація виступає як ключовий інструмент формування, підтримки та трансформації політичного ландшафту, впливаючи на різні аспекти суспільного життя через багатофункціональний механізм.

Крім того, функції політичної комунікації у науковій літературі сформульовано і в такий спосіб: поширення ідейно-політичних цінностей, знань про політику, політичне інформування; інтеграція і регулювання політичних відносин; формування громадської (політичної) думки; поширення політичної культури, її розвиток; політико–культурний обмін; підготовка громадськості до участі в політиці [19, с. 348]. Виокремлення таких функцій підкреслює важливість політичної комунікації для забезпечення ефективного функціонування політичних систем і підтримки демократичних процесів у суспільстві.

Окремої уваги заслуговує точка зору, відповідно до якої «за своєю природою політична комунікація виступає як соціальний процес, що зв'язує та сприяє інтеграції політики як сфери суспільного життя і з'єднанню різноманітних рівнів політичної системи, структуризації політичного життя. Водночас цей тип комунікацій є найважливішою умовою репродукції політики загалом, вихідною передумовою самоорганізації цієї сфери суспільного життя, що надає останньому внутрішньої згуртованості й антиентропійного характеру. Тим самим політична комунікація являє собою і передумову свідомого управління політичною системою» [32, с. 145]. З означеного вбачається, що політична комунікація виконує інтегративну функцію (сприяє інтеграції різних рівнів політичної системи та структуризації політичного життя); (репродуктивну забезпечує відтворення політики як сфери суспільного життя); функцію запобігання ентропії (протидії хаосу та дезорганізації, забезпечуючи стабільність

та порядок у суспільстві); функцію забезпечення управління (дозволяє керувати політичними процесами на основі усвідомлених рішень та інтересів суспільства).

Таким чином, політична комунікація є ключовим елементом функціонування політичної системи, забезпечуючи обмін інформацією та вплив на суспільні процеси. Під політичною комунікацією розуміємо процес обміну інформацією, думками, ідеями та переконаннями між різними суб'єктами політичної системи (державою, громадськими організаціями, медіа, громадянами та іншими політичними акторами) з метою формування, підтримки та реалізації політичної влади, а також впливу на суспільні настрої та поведінку.

Визначимо, що політична комунікація, як явище соціальної дійсності, проходить через трансформацію, яка відображає зміни у владних структурах, технологіях та соціальних відносинах. Ця трансформація призводить до зростаючої децентралізації і демократизації інформаційного простору, де традиційні механізми контролю за комунікацією слабшають, а нові, більш гнучкі та різноманітні форми взаємодії набувають значення. Ці процеси, з одного боку, можуть посилювати демократичний потенціал, але з іншого, – підвищувати нестабільність та непередбачуваність політичного середовища.

Функції політичної комунікації можна визначити як основні напрямки впливу на соціальну дійсність, які реалізує політична комунікація в процесі взаємодії між суб'єктами політичної системи, зокрема: інформування про політичні рішення та події, формування громадської думки, мобілізація підтримки, легітимація влади, контроль та корекція політичного курсу, а також забезпечення стабільності політичної системи.

Принципи політичної комунікації – це фундаментальні правила та орієнтири, що визначають ефективність і етичність політичної комунікації, такі як відкритість, правдивість, доступність, зворотний зв'язок, відповідальність, дотримання етичних норм та врахування інтересів різних суспільних груп.

## 1.2. Основні моделі політичної комунікації

Моделювання – це метод дослідження явищ і процесів, заснований на заміні конкретного об'єкта досліджень (оригіналу) іншим, подібним до нього (моделлю) [5, с. 169]. Моделювання використовується тоді, коли безпосереднє вивчення об'єктів з певних причин є неможливим, ускладненим або недоцільним. У моделі відтворюються властивості, зв'язки, тенденції досліджуваних систем і процесів, що дозволяє оцінити їх стан, зробити прогноз, прийняти обґрунтоване рішення [5, с. 170].

Термін «модель» може бути використано у різних значеннях, від більш загального розуміння «організованої системи мислення» до значно більш обмеженого – «візуального відтворення реальності» [129, с. 618].

В науковій літературі зазначається, що для політичної діяльності характерним є «моделювання як мислене уявлення про щось більш-менш конкретне» [2, с. 114].

Отже, «модель» – це спрощене уявлення або репрезентація системи, процесу чи явища, що яка служить для їхнього дослідження, розуміння та прогнозування. Модель є інструментом, який дозволяє вченим аналізувати складні феномени, роблячи їх зрозумілішими і доступнішими для дослідження.

Одним з фундаторів наукового знання політичної комунікації є Г. Лассуел. Під час Другої світової війни він очолював масштабне дослідження моделі мовлення, яке зосереджувалося на промовах А. Гітлера, з огляду на вокальні компоненти та елементи невербальної комунікації – з точки зору «як сказано», а не «що сказано», з наголосом на зворотному зв'язку від аудиторії.

Сутність моделі політичної комунікації, розробленої Г. Лассуелом за результатами проведеного дослідження, полягає в її фокусуванні на структурованому процесі комунікації, де аналізується, як інформація передається від комунікатора до аудиторії, а також на тому, які ефекти вона має. Г. Лассуел

виділяв ключові компоненти комунікаційного процесу, такі як: 1. Хто – хто є комунікатором або джерелом інформації. 2. Що – що саме передається або які повідомлення. 3. Яким чином – як інформація передається, через які канали та методи. 4. Кому – кому адресована інформація, тобто аудиторії. 5. Який ефект – який вплив або ефекти інформація має на аудиторію [129, с. 608]. Г. Лассуелл вважав, що двосторонній зв'язок необхідний для належного функціонування демократії. Двосторонній зв'язок має місце, коли функції надсилання та отримання виконуються з однаковою частотою двома або більше особами.

Модель Г. Лассуела має значне значення для науки політичної комунікації, оскільки вона надає структуровану основу для аналізу і розуміння комунікаційних процесів, включаючи важливість невербальних компонентів та двостороннього зв'язку. Означена модель забезпечує систематичний підхід до аналізу політичної комунікації, розглядаючи ключові компоненти: джерело інформації, повідомлення, канали передачі, аудиторію і ефекти. Це дозволяє детально досліджувати, як політичні повідомлення формуються і як вони впливають на громадськість. Як вже було зазначено, Г. Лассуел підкреслював важливість зворотного зв'язку від аудиторії: ефективна комунікація повинна бути двосторонньою, де існує обмін інформацією між комунікатором і аудиторією. Це особливо важливо для демократії, де зворотний зв'язок дозволяє враховувати думки громадян і коригувати політичну стратегію відповідно до їхніх потреб і реакцій.

Модель комунікаційного процесу Д. Гербнера зосереджується на тому, як медіа, особливо телебачення, впливає на формування сприйняття реальності та культурних уявлень у суспільстві. Основна ідея цієї моделі полягає в тому, що медіа не просто передає інформацію, а активно формує уявлення людей про світ. Наприклад, регулярний перегляд телевізійного контенту може сприяти тому, що люди починають сприймати вигадану реальність, представлену в медіа, як дійсну. Це явище Д. Гербнер назвав «культурним підкріпленням». Крім того, науковець

досліджував, як частота та інтенсивність експозиції до медіа-контенту впливає на формування «середньостатистичного» сприйняття реальності [76, с. 185]. Наприклад, люди, які часто дивляться новини про насильство, можуть вважати світ більш небезпечним, ніж він є насправді. Як і Г. Лассуел, Д. Гербнер також вивчав, як повідомлення передаються від медіа-джерела до аудиторії і які ефекти вони мають на глядачів, акцентуючи важливість аналізу не лише змісту повідомлень, а й того, як вони впливають на аудиторію на рівні емоцій та поведінки. Ідеї Д. Гербера й наразі залишаються актуальними в контексті дослідження механізму політичної комунікації, оскільки через медіа формується і підкріплюється суспільна думку зі значущих питань. Наприклад, часте висвітлення теми корупції може призводити до того, що громадяни починають вважати корупцію головною проблемою країни, навіть якщо реальні масштаби цього питання можуть бути перебільшені.

Комунікаційна модель Шеннона-Вівера є однією з найвідоміших і базових моделей, яка описує процес передачі інформації від джерела до отримувача. Вона була розроблена в 1948 році американськими вченими К. Шенноном і У. Вівером, які працювали над проблемами ефективної передачі повідомлень у телекомунікаційних системах. Основними елементами означеної моделі є: джерело інформації (початкова точка, де генерується повідомлення, яке потрібно передати); передавач (пристрій або механізм, який перетворює повідомлення в сигнал, що може бути переданий через комунікаційний канал); канал (середовище, через яке передається сигнал); шум (будь-який фактор, який спотворює або змінює сигнал під час його проходження через канал); приймач (пристрій або механізм, який приймає сигнал від каналу і перетворює його назад у повідомлення, що зрозуміле для кінцевого отримувача); отримувач (кінцева точка комунікаційного процесу, де повідомлення досягає свого адресата, який його розуміє та інтерпретує) [134]. Розгляд цієї моделі дозволяє констатувати критично важливу роль кожного елемента у процесі комунікації та вплив



можливих перешкод. Так, ефективна комунікація залежить не тільки від надійності каналу, але й від усунення або зменшення шуму, який може спотворити передане повідомлення. Хоча модель Шеннона-Вівера була розроблена для технічних систем, її принципи можуть бути застосовані в будь-якому контексті комунікації. Це робить її універсальною для аналізу комунікаційних процесів у різних сферах, в тому числі політичній.

Модель комунікації Р. Якобсона є однією з найвпливовіших моделей у лінгвістиці та семіотиці, яка детально описує функції мови в комунікаційному процесі. Елементами комунікації, відповідно до положень цієї моделі, є: адресант (той, хто генерує повідомлення і передає його); адресат (той, хто приймає повідомлення); контекст (ситуація, в якій відбувається комунікація, і на яку посилається повідомлення); повідомлення (текст або вислів, який передається від адресанта до адресата); код (система знаків, мова або інші засоби, що використовуються для шифрування повідомлення); канал або контакт (фізичний засіб, через який передається повідомлення). Окрім формулювання поелементного складу, означена модель передбачає виконання мовою основних функцій в процесі комунікації. Це емотивна функція (відображає емоційний стан адресанта); конативна функція (спрямована на вплив на адресата); референційна функція (вказує на контекст або зовнішню реальність, на яку посилається повідомлення); поетична функція (спрямована на естетичний аспект повідомлення); фатична функція (встановлює, підтримує або завершує контакт між учасниками комунікації); метамовна функція (спрямована на пояснення самого коду, яким користуються для комунікації) [86]. Модель комунікації Р. Якобсона має велике значення для політичної комунікації, оскільки вона дозволяє глибше зрозуміти, як мова та реалізація її функцій впливають на взаємодію між політичними акторами та їх аудиторією. Так, знання механізму мовленнєвого впливу дозволяє покращити ефективність політичних повідомлень, сприяє їх зрозумілості та адаптації до потреб аудиторії, а також допомагає забезпечувати

контекстуалізацію повідомлень. Модель Р. Якобсона надає політичним комунікаторам інструментарій для ефективного формування та передачі повідомлень, що враховують різні аспекти комунікативного процесу.

Циркулярна модель комунікації Осгуда-Шрамма є однією з ключових моделей, яка підкреслює двосторонній і циклічний характер комунікаційного процесу. Ця модель, розроблена Ч. Осгудом і В. Шраммом, робить акцент на тому, що комунікація є не просто лінійним процесом передачі повідомлень, але й інтерактивним процесом обміну інформацією між учасниками [132]. У цій моделі немає чітко визначеного відправника і отримувача. Обидва учасники комунікації є одночасно кодерами та декодерами. Вони постійно змінюють ролі, що підкреслює активну участь кожного з них у комунікаційному процесі. Модель показує, що комунікація є циклічною, тобто вона складається з безперервного обміну повідомленнями між учасниками. Цей процес включає кодування повідомлення, передачу його через канал, декодування і відправлення зворотного зв'язку. Взаємний обмін повідомленнями дозволяє учасникам комунікації коригувати свої дії, уточнювати значення і досягати більшого порозуміння. Модель не передбачає початкової точки комунікаційного процесу, що означає, що процес комунікації може розпочатися з будь-якого елемента (наприклад, з реакції на попереднє повідомлення) і тривати безперервно [149]. Циркулярна модель комунікації Осгуда-Шрамма пропонує розглядати політичну комунікацію як динамічний, двосторонній процес обміну інформацією, де всі учасники (наприклад, уряд, громадськість, медіа) є активними кодерами та декодерами повідомлень. Ця модель підкреслює, що ефективна політична комунікація не є односпрямованою передачею інформації, а включає постійний обмін повідомленнями, зворотний зв'язок і корекцію комунікаційних дій. У політичному контексті це означає, що для досягнення розуміння і підтримки серед громадськості важливо забезпечити активний діалог між політичними лідерами і громадянами. Взаємний обмін інформацією, відкритість до зворотного

зв'язку, адаптація повідомлень відповідно до реакцій аудиторії – все це сприяє більш ефективній політичній комунікації. Застосування циркулярної моделі до політичної комунікації також підкреслює необхідність постійного моніторингу реакцій громадськості та гнучкості в комунікаційній стратегії.

Транзакційна модель комунікації Д. Барнлунда є однією з найбільш комплексних моделей комунікації, яка відображає складність і динамічність процесу обміну інформацією між людьми. Відповідно до цієї моделі, комунікація розглядається не як лінійний процес, а як багатонаправлений, взаємний обмін інформацією між учасниками, де кожен виконує роль і відправника, і отримувача одночасно. Важливою частиною моделі є зворотний зв'язок, який постійно виникає під час комунікації. Цей зворотний зв'язок допомагає учасникам уточнювати, інтерпретувати і адаптувати своє повідомлення. Комунікація завжди відбувається в певному контексті, який включає фізичне оточення, соціальні ролі, культурні та особистісні фактори. Цей контекст впливає на інтерпретацію та сприйняття повідомлення. У моделі враховуються різні види «шуму» – фактори, які можуть заважати або змінювати процес комунікації, такі як фізичні перешкоди, психологічні фактори або відмінності в культурних уявленнях. Повідомлення в процесі комунікації передаються одночасно на кількох рівнях – вербальному (слова), невербальному (жести, міміка) і паралінгвістичному (тон голосу, інтонація) [55]. Транзакційна модель Д. Барнлунда є надзвичайно важливою для вивчення політичної комунікації, оскільки дозволяє глибше зрозуміти складність взаємодії між політичними акторами та аудиторією. Модель підкреслює значущість адаптації повідомлень у реальному часі, врахування контексту та управління «шумами», що робить її інструментом для аналізу та прогнозування політичного спілкування.

Соціально-психологічна, симетрична модель комунікації Т. Ньюкомба вперше підкреслила визначну роль комунікації в суспільстві для підтримки балансу в соціальній системі. Основна ідея полягає в тому, що взаємодія між

двома суб'єктами (А і В) залежить від їхнього ставлення до певного об'єкта або події (Х). Якщо ставлення до цього об'єкта схоже, то комунікація буде ефективнішою та більш гармонійною. Ідеальна комунікація виникає, коли ставлення А і В до об'єкта Х є симетричним. Це означає, що обидва суб'єкти або позитивно, або негативно ставляться до Х. Якщо ставлення А і В до Х є різним, то виникає дисбаланс, який може призвести до напруження в комунікації. Для досягнення балансу один із суб'єктів повинен змінити своє ставлення, або суб'єкти повинні домовитися про нове ставлення до Х [109]. Інтерпретацію означеної моделі знаходимо у сучасних дослідженнях. Так, визначено, що спосіб роботи моделі можна пояснити наступним чином: А і В – комунікатори та реципієнти відповідно; вони можуть бути представлені окремими особами, або керівництвом і профспілками, або урядом і суспільством. Х є частиною їхнього соціального середовища. АВХ є системою, що означає, що внутрішні зв'язки, які виникають, взаємозалежні; ця взаємозалежність означає, що якщо змінюється А, В і Х також зміняться; або якщо А змінює свої відносини з Х, В також повинен змінити свої відносини з Х або з А [133]. Модель симетричної комунікації Т. Ньюкомба підкреслює важливість спільного ставлення комунікаторів до певного об'єкта (події, теми) для досягнення ефективної комунікації. Це має пряме відношення до політичної комунікації, де взаємодія між різними суб'єктами (наприклад, урядом і суспільством) має ключове значення для підтримки соціального балансу. Якщо уряд і суспільство (або інші політичні суб'єкти) мають схожі погляди на певну політичну проблему (об'єкт Х), це сприяє гармонійній комунікації і зменшує напругу. Однак, якщо погляди розходяться, може виникнути дисбаланс, що призводить до напруженості або конфліктів.

Модель комунікації Уестлі і Макліна пропонує складну та інтерактивну структуру комунікаційного процесу, яка враховує вплив різних факторів, таких як середовище, роль «воротарів» (gatekeepers) та зворотного зв'язку. Комунікація починається лише тоді, коли людина отримує повідомлення із середовища.

Елементами процесу є джерело (особа, яка генерує і передає повідомлення); середовище (фізичний і психологічний контекст, в якому відбувається комунікація); реципієнт (особа, яка отримує та інтерпретує повідомлення на основі власних сенсорних переживань та орієнтаційних об'єктів (наприклад, переконань, соціальних норм); зворотний зв'язок (відповідь реципієнта, яка дозволяє джерелу скоригувати своє повідомлення для покращення комунікації); воротарі (особи або інституції, які фільтрують і редагують повідомлення перед його передачею реципієнту) [147]. Виокремлення такого елемента, як «воротарі» дозволяє виявити потенційні загрози, пов'язані з дезінформацією. Оскільки повідомлення проходять через фільтри «воротарів», існує ризик, що важлива інформація може бути викривлена або навіть не дійти до аудиторії. Це стає особливо небезпечним у політичній комунікації, де контроль над інформаційним потоком може впливати на суспільну думку та демократичні процеси.

Модель комунікації Ф. Данса, також відома як спіральна модель комунікації, представляє комунікаційний процес як безперервно розширювану спіраль, що символізує поступове зростання і розвиток комунікаційних здібностей у міру накопичення досвіду. Основна ідея моделі полягає в тому, що комунікація не є статичним або лінійним процесом. Вона починається з простих форм і поступово ускладнюється, повторюючи кроки на більш високому рівні. Спіраль символізує як постійне накопичення досвіду, так і зміну контексту, що впливає на сприйняття та інтерпретацію повідомлень. Кожна нова комунікативна взаємодія базується на попередньому досвіді, що надає їй новий рівень глибини та розуміння [64]. Спираючись на положення цієї моделі, можна підкреслити, що політична комунікація є безперервним процесом, який еволюціонує разом із суспільством, надаючи нові можливості для досягнення більш ефективного та цілеспрямованого впливу на аудиторію.

Модель комунікації Д. Фулгера, відома як екологічна модель комунікації, представляє процес комунікації як динамічну екосистему, де учасники

взаємодіють і впливають один на одного. У цій моделі кожен акт комунікації розглядається як частина більшої системи, яка включає в себе численні фактори: людей, технології, медіа та інші ресурси, що беруть участь у процесі обміну інформацією. Ця модель підкреслює важливість контексту та середовища, в якому відбувається комунікація, і показує, як різні елементи можуть впливати на передачу повідомлень. Зокрема, Д. Фоулгер звертає увагу на взаємозв'язок між змістом повідомлення, каналами його передачі та аудиторією. Важливо, що модель також враховує змінні, які можуть впливати на успіх комунікації, такі як технології, соціальні структури і культурні контексти [60]. Розглянута нами модель забезпечує комплексне розуміння політичної комунікації як процесу, що відбувається в складній і взаємозалежній системі, де кожен елемент впливає на інший, що робить її потужним інструментом для аналізу та покращення ефективності політичної комунікації..

Наразі в українській доктрині пропонується виокремлювати чотири основні моделі сучасної комунікації, що реалізуються, в тому числі, через соціальні мережі: модель передачі – зосереджена на удосконаленні ролі комунікатора; експресивна модель – націлена на створення спільного розуміння та емоцій, а також на презентацію спільних переконань; публічна модель – орієнтована на привернення уваги до подій або лідерів через візуальні та слухові ефекти; рецепційна модель – фокусується на адаптації інформації до потреб і цінностей аудиторії, де комунікатори закодують повідомлення, а реципієнти його розкодовують [11, с. 137].

О. В. Дяченко виокремлює демократичну та тоталітарну моделі політичної комунікації. Так, демократична модель характеризується діалогізацією спілкування; плюралізацією комунікативної поведінки людей; розвитком публічних промов; персоніфікацією спілкування; розширенням складу адресантів політичної комунікації. Для тоталітарної моделі властива герметична конфенційність; скрита агресія, велика кількість метафор в політичній риториці,

які засвідчують відсутність відповідальності та «недікурсивність» суспільного діалогу; виникнення афектів, які підмінюють адекватну дискурсивну практику; маніпулятивна природа публічного слова [9, с. 25]. З означеного вбачається, що демократична модель політичної комунікації сприяє відкритому, плюралістичному і конструктивному діалогу, в той час як тоталітарна модель характеризується закритістю, маніпуляціями і використанням агресивних форм вираження.

А. А. Данько-Сліпцова у дисертаційному дослідженні констатує, що «в Україні модель масової політичної комунікації знаходиться поки що в стані свого розвитку на шляху від тоталітарно-соціалістичної моделі – до формування багатовекторної моделі, яка формується під впливом глобалізаційних і євроінтеграційних процесів [6, с. 64].

Наголошуючи на трансформації процесу політичної комунікації в умовах онлайн-середовища, вітчизняні науковці виокремлюють процесуальну модель політичної комунікації в інтернет-просторі. Так, політична комунікація в онлайн-просторі починається з виникнення актуальної політичної ситуації, яка активізує комунікаційні процеси. Інформація проходить через різні канали онлайн-комунікації, включаючи як заангажовані, так і прозорі джерела. Важливу роль відіграють інфлюенсери, які через свої онлайн-платформи формують думки аудиторії, яка активно обговорює і поширює інформацію. Це створює горизонтальну комунікаційну мережу, яку політичні сили використовують для планування своєї комунікації [41, с. 62].

Отже, під «моделлю політичної комунікації» пропонуємо розуміти концептуальну схему, яка відображає структуру, процеси та механізми взаємодії між політичними суб'єктами (владними структурами, громадянами, ЗМІ та іншими учасниками політичного процесу) з метою передачі, обміну та впливу на політичну інформацію, а, зрештою, на свідомість та поведінку реципієнтів.

Моделі політичної комунікації дозволяють сформулювати розуміння того, як відбувається передача політичної інформації, як формуються політичні меседжі та яким чином вони впливають на громадську думку.

Узагальнюючи вищесказане, можна зробити наступні висновки. Найбільш відомими моделями політичної комунікації є: модель політичної комунікації, розроблена Г. Лассуелом; модель комунікаційного процесу Д. Гербнера; комунікаційна модель Шеннона-Вівера; модель комунікації Р. Якобсона; циркулярна модель комунікації Осгуда-Шрамма; транзакційна модель комунікації Д. Барнлунда; соціально-психологічна, симетрична модель комунікації Т. Ньюкомба; модель комунікації Уестлі і Макліна; спіральна модель комунікації Ф. Данса; екологічна модель комунікації Д. Фоулгера. Крім того, висвітлено підходи вітчизняних вчених, зокрема, О.В. Дяченко та А.А. Данько-Сліпцової.

Кожна модель висвітлює різні аспекти комунікаційного процесу, що дозволяє глибше зрозуміти політичну комунікацію як складне явище. Наприклад, модель Г. Лассуела акцентує увагу на функціях комунікації, тоді як модель Шеннона-Вівера фокусується на технічних аспектах передачі інформації. Інтеграція положень різних моделей допомагає виявити спільні механізми та закономірності, що є ключовими для ефективної політичної комунікації. Наприклад, поняття зворотного зв'язку, яке присутнє у багатьох моделях, дозволяє краще зрозуміти, як аудиторія реагує на політичні повідомлення.



## РОЗДІЛ 2. МАНІПУЛЮВАННЯ СУСПІЛЬНОЮ СВІДОМІСТЮ В СТРУКТУРІ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

### 2.1. Маніпулювання як феномен політичної дійсності

Дослідження феномену маніпулювання, як засобу регулювання, управління, контролю та детермінації політичного мислення і поведінки населення, набуває особливої значущості в контексті глобального процесу інформатизації, оскільки зростання інформаційних обсягів і швидкість їх передачі роблять більш складним процес критичного осмислення і перевірки інформації. У постіндустріальному суспільстві влада знань і інформації стає одним із головних інструментів політичного впливу, а маніпулювання – провідною формою його реалізації. Виборчі процеси, легітимація політичної влади, прийняття політичних рішень на загальнодержавному рівні, а також проведення політичних кампаній організовуються та здійснюються з використанням маніпулятивних технологій. Здебільшого політичне маніпулювання розглядається як загроза демократичним принципам і суспільній довірі. Визначення особливостей політичного маніпулювання сприяє розумінню механізму такого впливу на суспільну свідомість та представляє теоретичну значущість для політичної науки та інструментальну – для практики.

Академічний тлумачний словник української мови надає дві дефініції поняття «маніпуляція»: 1. Виконувана руками складна дія, що звичайно вимагає вправності, вміння тощо; 2. Те саме, що махінація; шахрайство [39, с. 621]. Першу дефініцію можна інтерпретувати як метафору, де маніпулювання виступає складною та вишуканою дією, що потребує певних навичок і вміння. Щодо політичного маніпулювання, то суб'єкти його здійснення використовують цю «вправність» для того, щоб впливати на суспільну думку або поведінку електорату, при цьому залишаючи свої справжні наміри непоміченими. Це

підкреслює майстерність і тонкість дій, спрямованих на досягнення певної політичної мети. Друга дефініція прямо вказує на маніпуляцію як на обман або зловживання. Так, політичне маніпулювання можна розглядати як форму махінації або шахрайства, де суб'єкти здійснення свідомо викривлюють інформацію або використовують хитрощі для досягнення своїх цілей, завдаючи шкоди суспільству або окремим його групам.

На думку О. В. Лисенко та Ю. М. Манелюка, «маніпулювання загалом можна розглядати як поширений спосіб комунікативної дії, що використовується інтуїтивно задля перенесення уваги, приховування об'єктивного, вуалювання тієї чи іншої інформації тощо. Маніпулювання варто трактувати як дію, спрямовану на об'єкти з певними намірами, цілями, прихованими мотивами керування» [16, с. 43]. При цьому причинами політичного маніпулювання, як різновиду владних технологій, називають потребу в ефективному способі реалізації практичних цілей, які постають перед учасниками політичного процесу [16, с. 43].

Результатом логічного аналізу поняття «маніпулювання», здійсненого В. Ю. Крикуном, стало виокремлення родової ознаки цього явища – за своєю сутністю є методом психологічного впливу, та сукупності видових ознак. А саме: прихований характер впливу; свідоме застосування маніпулятивних прийомів суб'єктом здійснення; наявність мети отримання користі; майстерність застосування маніпулятивних прийомів як передумова їх успішності; спотворення інформації щодо справжнього стану речей [13, с. 38].

У праці А. Конет представлено результати аналізу трьох ключових підходів до розуміння явища маніпулювання за критерієм моральної оцінки. Так, виокремлено напрямок оцінки маніпуляції як деструктивного явища, якому притаманне «прихований характер духовного впливу, уявлення про людину як інструмент для досягнення цілей, цілеспрямоване заподіяння збитків об'єкту маніпуляції» (Г. Шиллер, Т. Дейк, Е. Шостром, Р. Холідей) [12, с. 193]. Теорія позитивної маніпуляції задля отримання корисного ефекту, захисту або

привернення уваги (А. Живалевіч, С. Голкар). Крім того, існує й точка зору про нейтральний характер маніпуляції (Е. Бек).

Об'єктивне протиправне маніпулювання має місце, коли одна особа чи група запускає процеси впливу на свідомість людей, які використовують недоліки в раціональних здібностях реципієнтів. Крім того, маніпуляція безособово спрямована на багатьох, хоча лише деякими вдається маніпулювати. Маніпулятивна діяльність є імовірнісною. Виділяють такі проблеми, пов'язані із маніпулюванням. По-перше, здається, що маніпуляція позбавляє людину того, що є важливим, або підриває здатність людини мислити самостійно. По-друге, маніпуляція ніби замінює цілі чи переконання особи іншими. По-третє, маніпуляція може підірвати важливу демократичну мету забезпечення поваги до інтересів інших людей, політичної рівності, оскільки відбувається поділ людей на суб'єктів маніпулювання і об'єктів такого впливу, що передбачає пріоритет інтересів першої групи [61].

Розглядаючи маніпулювання у розрізі класичного визначенням влади, запропонованим Р. Далем, «А має владу над В тією мірою, якою він може змусити В зробити те, чого В інакше не зробив би», Р. Ноггл констатує, що означене явище є формою влади, оскільки маніпуляція – це спосіб змусити людину зробити те, до чого вона спочатку не була схильна робити [111]. Вказаний автор резюмує, що наразі наявні п'ять основних підходів до розуміння маніпулювання: 1. Оманливий вплив; 2. Прихований вплив; 3. Вплив з прихованим наміром; 4. Вплив з недобрих мотивів; 5. Вплив, що реалізується через зміну зовнішньої ситуації [112].

Підґрунтям політичного маніпулювання називають такі чинники: приналежність усіх людей до системного утворення – суспільства; участь людей у комунікативному процесі; можливість кожного висловлюватися у соціальних мережах; можливість змінювати інформацію під час її передачі від першоджерела; об'єднання людей у спільноти [18, с. 50].

С. М. Наумкіна та М. Ф. Семенченко зазначають, що політичне маніпулювання розглядається як система засобів ідеологічного та духовно-психологічного впливу на масову свідомість з метою нав'язування певних ідей, цінностей; цілеспрямований вплив на громадську думку та політичну поведінку задля спрямування їх у заданому напрямку [24, с. 31]. При цьому автори відзначають, що означений феномен в політологічних дослідженнях розглядається в рамках апологетичного та соціально-критичного підходів.

О. В. Шевчук зазначає, що сутність політичної маніпуляції полягає в застосуванні маніпулятивних технологій у політичній сфері для досягнення політичних цілей [45, с. 87].

В науковій літературі узагальнено ключові особливості вивчення явища політичної маніпуляції серед українських дослідників: розгляд політичного маніпулювання як форми влади; вивчення означеного явища у контексті взаємодії політиків та громадян; дослідження феномену політичного маніпулювання у контексті соціокультурного розвитку [18, с. 270].

У праці «Політичні маніпуляції та адміністративна влада: порівняльне дослідження» обґрунтовується припущення, що виборчі маніпуляції є більш значущими там, де вибори дають суспільству потенціал для певної участі в політиці (і, таким чином, для стримування еліт). При цьому стверджується, що сама демократія є результатом обмежень, накладених елітами на себе. Та лише там, де еліти накладають на себе такі обмеження, вибори можуть мати значення для подальшого пом'якшення влади еліт. Виборчі маніпуляції більш поширені в незахідних країнах, де демократичні обмеження частково або повністю відсутні, опозиція заборонена або обмежена, результати виборів скасовуються військовими переворотами, і де виборчий процес, таким чином, викликає сумніви. При цьому наголошується, що маніпуляція заслуговує на вивчення там, де вона є єдиним методом спотворення виборів і там, де її зниження корелює зі збільшенням значущості громадської політичної участі [119].

Ідеї та положення, сформовані Н. Макіавеллі у праці «Державець» [43], можуть бути застосовані для пояснення феномену політичного маніпулювання. Так, Н. Макіавеллі розглядав політику як сферу, де моральні норми можуть бути підпорядковані прагматичним цілям, і де маніпулювання іншими може бути виправдано для досягнення влади та її утримання. Зокрема, підхід, відомий як макіавеллізм, передбачає, що маніпулювання людьми є природним і необхідним інструментом для збереження влади. Н. Макіавеллі стверджував, що лідери можуть і повинні створювати ілюзії для мас, оскільки більшість людей судить про реальність за зовнішніми ознаками. Тому маніпуляція громадською думкою через створення певних образів або наративів є важливою складовою політичного управління. Аналізуючи праці Н. Макіавеллі, науковці відзначають, що автор описує політичну ситуацію як війну, в умовах якої, заради перемоги правителя, треба пожертвувати або відмовитися від всього, що пов'язано з етикою та мораллю. Інтерес держави є справжньою метою політики в розумінні Н. Макіавеллі. Мораль може використовуватися лише в політичних інтересах [87, с. 103]. Окреслені ідеї Н. Макіавеллі надають теоретичне обґрунтування маніпуляції як природного і необхідного інструменту політичного управління. Оскільки інтерес держави переважає над моральними засадами, це легітимізує використання маніпулятивних методів для досягнення політичних цілей, навіть якщо це суперечить етиці чи моралі. Таким чином, макіавеллізм надає основи для розуміння політичного маніпулювання як легітимного засобу політичного управління в умовах боротьби за владу.

Для розуміння сутності політичного маніпулювання важливими є ідеї французького філософа М. Фуко щодо концепції дисциплінарної влади, яка діє через нагляд, стандартизацію і нормалізацію поведінки. Державність, як її аналізує М. Фуко, являє собою: «по-перше, ансамбль, утворений інституціями, процедурами, аналізами та рефлексіями, розрахунками і тактиками, які дозволяють здійснювати [...] владу»; і, по-друге, тенденція, що дозволяє урядовій

владі перевершити інші форми влади [57, с. 102]. Дискурс, як сукупність мовних практик, що регулюють і визначають спосіб, яким суспільство розмовляє про певні явища, набуває специфічного значення як механізм, через який знання та влада взаємодіють і впливають на формування соціальних структур і суб'єктності. Дискурси не лише описують реальність, але й активно формують її, тим самим створюючи «режими істини» (regimes of truth). Режими істини стосуються «технік та процедур, яким надається значення в отриманні істини; статус тих, кому доручено говорити те, що вважається істинним» [74, с. 131]. Тобто те, що суспільство вважає істинним або хибним, значною мірою залежить від дискурсів, які контролюють певні інституції влади. Сучасні науковці, аналізуючи праці М. Фуко, відзначають, що ЗМІ відіграють ключову роль у ліберальному режимі істини, заснованого на принципах «наукової моделі», яка дає змогу стверджувати, що певні об'єктивні факти існують поза сферами політичних змагань. При цьому наголошується, що ліберальний режим істини завжди коливався між науковою експертизою та принципами, згідно з якими істину визначає ринковий механізм. За М. Фуко хороший уряд був не просто справедливим урядом, а урядом, який працював відповідно до істини, визначеної ринком [73, с. 32]. Вітчизняні науковці приходять до висновку, що влада, відповідно до ідей М. Фуко, є похідною від дискурсивних стратегій і тактик [10, с. 93]. Відтак, вбачається, що суб'єкти, які контролюють суспільні дискурси, мають можливість визначати, що є «істинним» і «хибним» у суспільстві. З цього виходить, що вони можуть формувати суспільні уявлення та сприйняття реальності, впливаючи на поведінку і мислення людей. Це відкриває шлях для маніпуляції суспільною свідомістю і громадською думкою.

Розглядаючи феномен політичного маніпулювання, доцільним є звернення до ідей італійського теоретика А. Грамші, зокрема щодо культурної гегемонії, яка пояснює, як домінуючий клас здатний нав'язати свої цінності, норми і ідеї всьому суспільству таким чином, що вони стають «природними» або

«загальноприйнятими». Це дозволяє панівній групі зберігати свою владу не лише через насильство або примус, але й через консенсус, який формується завдяки культурним інститутам [130, с. 5]. Гегемонія розуміється як практика культурного лідерства, що здійснюється правлячим класом не за допомогою примусу з використанням виконавчої, законодавчої влади чи втручання поліції, а за допомогою ідеології [4, с. 386]. В науковій літературі акцентовано увагу на розумінні А. Грамші держави не тільки як урядового апарату, але також як «приватного» апарату гегемонії або громадянського суспільства. При цьому визначено, що в рамках громадянського суспільства гегемонія над окремим національним суспільством панівної соціальної групи здійснюється через неурядові організації на кшталт церкви та профспілок. Завоювання гегемонії вимагає, згідно із «філософією практики», виходу за межі профспілкової «економічно-корпоративної структури» [42, с. 49]. З означеного вбачається, що навіювання суспільству певних цінностей та норм, з тим, аби вони сприймалися природними та ставали загальноприйнятими, можливе за відсутності відкритого примусу шляхом створення консенсусу через інститути культури. В свою чергу, встановлення владного контролю над такими інститутами і впровадження ідеології, яка формує суспільну свідомість і поведінку, дозволяє представити політичне маніпулювання як складний і багаторівневий процес, що реалізується через створення і підтримку гегемонії у суспільстві.

У своїй праці про державотворення американський науковець Ч. Тіллі аналізує, як держави використовують насильство і ресурси для встановлення та підтримки контролю над територіями та населенням та констатує, що історичний розвиток механізму встановлення влади призвів до масової пацифікації та монополізації засобів примусу [142, с. 175]. Сучасні науковці пропонують розрізняти процес Тіллі та ефект Тіллі. Так, під процесом Тіллі розуміють явище, що хронологічно поєднує ведення війни, накопичення капіталу та державотворення, а під ефектом Тіллі – появу централізованих національних

держав із сильною бюрократією та, як наслідок, появу демократії [81]. У праці «Примус, капітал і європейські держави» [140, с. 114-116] Ч. Тіллі показує, що три процеси – розширення держави, встановлення прямого правління та розвиток націоналізму, – взаємопов'язані і сприяли формуванню сучасних європейських держав. Націоналізм, як ідеологія, яка об'єднує населення держави навколо ідеї спільної ідентичності, історії та культури, впливав на здатність мобілізувати ресурси та підтримку серед населення. Ч. Тіллі розглядає політику як форму колективної дії, в якій групи людей взаємодіють для досягнення певних цілей.

Ч. Тіллі концептуалізував загальну модель соціальної мобілізації для всіх форм колективних дій – від страйків робітників до масштабних політичних революцій. Під мобілізацією розуміється процес, в рамках якого група здобуває спільний контроль над ресурсами, необхідними для здійснення дій. Способами мобілізації визначаються репресії та сприяння. При цьому стверджується, що заможне населення має тенденцію мобілізуватися наступально, а бідне – оборонно. Загальний ефект тривалих репресій полягає не в нарощуванні напруги до точки вибуху соціального невдоволення, а в зниженні загального рівня колективних дій [141, с. 228]. У новітніх дослідженнях, в яких розвиваються ідеї Ч. Тіллі, підкреслюється роль платформ соціальних медіа для швидкого поширення інформації та мобілізації активістів, зазначається, що децентралізований характер цифрової мобілізації та онлайн-рухів, яким сприяють цифрові технології інструменти комунікації, дозволяє створити більш гнучку та оперативну організаційну структуру [82].

Доробки Ч. Тіллі щодо мобілізації, політичних можливостей і колективних дій створюють теоретичне підґрунтя для розуміння того, як маніпулятивні стратегії можуть бути застосовані в контексті соціальної мобілізації. Маніпулювання виступає складовою частиною ширшого процесу мобілізації, де політичні актори використовують різноманітні інструменти для досягнення своїх цілей. Інформатизація, тобто поширення інформаційних технологій та зростання



ролі інформації в суспільстві, значно трансформує процеси соціальної мобілізації. Соціальні медіа та інші цифрові платформи дозволяють швидко поширювати інформацію, організовувати дії та координувати учасників, навіть якщо вони знаходяться в різних частинах світу. Це дає можливість миттєво реагувати на події і мобілізувати великі групи людей для досягнення політичних чи соціальних цілей. У цифрову епоху можливості для самоорганізації населення значно зросли, що дозволяє створювати горизонтальні мережі та організації, які можуть бути менш вразливими до централізованого контролю. Водночас з'являються й широкі можливості для маніпуляції інформацією, зокрема через фейкові новини, пропаганду та інформаційні атаки, що створює додаткові інструменти для керування соціальною мобілізацією.

Концепція «одновимірності» Г. Маркузе, німецького і американського філософа та соціолога, описує, як сучасне індустріальне суспільство придушує критичне мислення та індивідуальність через культурні та соціальні механізми. Г. Маркузе стверджував, що технологічний прогрес і споживацька культура формують суспільство, де люди стають одновимірними, тобто пристосованими до однозначних стандартів і цінностей, які підтримують статус-кво [97, с. 259]. Ця концепція акцентує увагу на тому, як соціальні інститути (зокрема, економічні та політичні системи) маніпулюють людьми, позбавляючи їх можливості критично осмислювати свою реальність. Одновимірна людина є продуктом одновимірного суспільства, а одновимірне суспільство під владою технічної раціональності є результатом комплексного впливу політики, культури, мови та інших аспектів соціальної дійсності. Передова технологія створює розвинені медіа, тоді як узгодженість медіа призводить до одновимірного вираження дискурсу, а авторитетне мовлення також змушує мову втрачати свою критичну функцію. В науковій літературі зазначається, що концепція «одновимірної людини» відображає важке становище людей у перспективі сучасності, яка втілюється в дегуманізованому стані існування, атомізованому способі

екзистенції та нігілізованого сенсу існування [124, с. 276]. Крім того, акцентується увага на таких явищах, як «репресивна сублімація» та «адміністрування», використаних Г. Маркузе для опису того, як сучасне суспільство спрямовує природні людські імпульси у форми, які регулюються та контролюються соціальною та політичною владою. Репресивна сублімація призводить до придушення самовираження та креативності, а адміністрована – до домінування бюрократії та технократії в управлінні суспільством. Це призводить до несвободи та гомогенізації суспільства [138, с. 185].

Таким чином, у сучасному світі, де інформація стає головним ресурсом, маніпулювання виступає як важливий засіб регулювання, управління та контролю над політичною свідомістю та поведінкою населення. У контексті глобального процесу інформатизації, коли обсяг інформації збільшується, а швидкість її передачі зростає, критичне осмислення інформації стає складнішим. Це призводить до того, що маніпулювання набуває нових форм і значущості, перетворюючись на один із провідних інструментів політичного впливу.

Наразі влада знань і інформації стає одним із головних важелів політичного впливу. Політичне маніпулювання, яке здебільшого вважається загрозою демократичним принципам та суспільній довірі, застосовується для легітимації політичної влади, прийняття рішень на державному рівні, а також організації виборчих процесів і політичних кампаній.

Проаналізовані положення підходів до вивчення маніпулювання як феномену політичної дійсності дозволяють виокремити його ознаки: здійснюється в рамках комунікативної практики; розглядається як елемент політичних технологій; реалізується в рамках політичного процесу; є формою впливу; передбачає наявність суб'єкту здійснення та об'єкту, на який спрямовано вплив; здебільшого має прихований характер; здійснюється із задалегідь встановленим наміром для досягнення певної мети, пов'язаної із боротьбою за владу; істинні мотиви здійснення є завуальованими; передбачає певну

майстерність застосування маніпулятивних прийомів; за мотивами здійснення може розглядатися як нейтральне або позитивне явище суспільної дійсності, але здебільшого оцінюється як негативне.

До проявів політичного маніпулювання належить: використання перекручених або вибіркових даних для підтримки певної точки зору; апеляція до емоцій, таких як страх, ненависть або співчуття, замість логічних аргументів; дихотомія «ми проти них» – створення ідеї, що є лише дві сторони: «наша» та «ворожа»; використання стереотипів – посилення існуючих негативних або позитивних уявлень про певні групи людей; посилення на нібито наукові дослідження або дані, які не мають реального емпіричного підґрунтя; зведення складних соціальних чи політичних питань до простих, але помилкових відповідей; використання анонімних або ненадійних джерел; «фальшива дилема» – створення враження, що існує лише два варіанти рішення, де один з них явно неприйнятний; використання другорядних або незначних подій для відволікання уваги від важливих проблем; зміщення акцентів; використання термінології з негативними конотаціями; делегітимізація опонентів; створення ілюзії широкої підтримки; використання історичних аналогій; зміна значення слів і виразів для створення вигідної інтерпретації; застосування складних технічних термінів для створення враження експертності і переваги; використання візуальних образів – маніпуляція свідомістю через специфічні зображення, які викликають сильні емоції або асоціації.

## **2.2. Особливості масової політичної свідомості і поведінки**

Вивчення особливостей масової політичної свідомості та поведінки є критично важливим для глибокого розуміння процесів маніпулювання суспільною свідомістю в структурі політичної комунікації. Так, зважаючи на те, що масова політична свідомість є основним об'єктом маніпулятивного впливу,

розуміння механізму формування та зміни політичних уявлень, цінностей та переконань на масовому рівні, забезпечує можливості захисту громадян від небажаного маніпулятивного впливу, підвищення рівня політичної культури та підтримки демократичних цінностей задля еволюційного розвитку політичної системи суспільства. В свою чергу, масова політична поведінка, яка включає в себе різні форми участі громадян у політичному житті, є важливим індикатором застосування маніпулятивних технік. Зміни у колективній свідомості призводять до змін у поведінці, що, в свою чергу, впливає на політичну стабільність, може привести до суттєвих політичних трансформацій.

В рамках вивчення особливостей масової політичної свідомості та поведінки першочергове значення має аналіз положення фундаментальної праці французького мислителя Г. Лебона «Психологія людських спільнот» [15]. Відповідно до ідей Г. Лебона, утворення масової свідомості пов'язане з емоційним впливом групи на індивіда. Він визначав такі основні характеристики мас: анонімність (люди в масі втрачають індивідуальність); емоційна збудженість та сугестивність (маса відзначається інтенсивними емоціями, люди стають підвладними навіюванню); персональна трансформація (учасники маси діють інакше, ніж вони робили б самотійно); відсутність індивідуальної свідомості (індивіди втрачають свої унікальні риси та підкоряються колективній свідомості); спрямованість на лідера (маса часто слідує за харизматичним лідером); моральний занепад (в масі люди можуть втрачати свої моральні орієнтири, що пов'язано із емоційною контагіозністю, відсутністю раціонального мислення та піддатливістю до примітивних інстинктів); непередбачуваність і динамізм (маси здатні до швидкої зміни настрою та поведінки, що робить їх непередбачуваними та потенційно небезпечними).

Важливими є і доробки французького соціолога Г. Тарда, який зосереджував увагу на процесах соціальної взаємодії, таких як наслідування, інновація і поширення ідей, які вважав основними механізмами соціального

розвитку. Г. Тард стверджував, що соціальна поведінка базується на наслідуванні, оскільки люди схильні копіювати поведінку, ідеї та установки інших, і цей процес є фундаментальним для соціалізації та розвитку суспільства. Вказаний автор акцентував увагу на ролі громадської думки і засобів комунікації в масовій свідомості. Він бачив у комунікації основний інструмент, через який ідеї поширюються і закріплюються в суспільстві [68].

Як результат соціальної інтеграції розглядав масову свідомість Е. Дюркгейм, французький соціолог і філософ. Він стверджував, що взаємодія між індивідами утворює соціальні норми і цінності, які стають частиною масової свідомості. Е. Дюркгейм ввів поняття «аномія» [70, с. 201] – стан, коли соціальні норми та цінності втрачають свою силу чи стають невизначеними в результаті швидких соціальних змін.

На думку представника німецької неокантіанської філософії Е. Кассирера, масова свідомість формується через культурні символи, які спільно розуміють члени суспільства, є символічною. Культурні символи визначають цінності та спільний сенс, виявляються в різних «формах» або аспектах життя, таких як мова, міфологія, релігія, мистецтво і техніка. Кожна з цих форм відображає специфічний спосіб сприйняття та усвідомлення світу [59].

Розширити бачення феномену масової свідомості дозволяють також погляди німецького та англійського та соціолога К. Маннгейма, згідно з якими знання та свідомість людини тісно пов'язані з соціальним контекстом, у якому вони виникають [135, с. 85]. Вказаний автор вважав, що масова свідомість формується через призму соціальних обставин, яка впливає на те, як люди сприймають реальність і діють у ній.

Теорія інформаційних каскадів, розроблена С. Бікчандані та А. Банерджі, пояснює процес, коли люди приймають рішення, ґрунтуючись на спостереженнях за діями інших, а не на власній інформації. Відповідно до означеного підходу, люди спостерігають за діями інших і намагаються визначити, чи володіють ті

якоюсь важливою інформацією. Коли певна кількість людей починає діяти в один спосіб, інші особи можуть ігнорувати власну інформацію та наслідувати поведінку групи [52]. Агент перебуває в інформаційному каскаді, якщо для нього оптимально обрати дію, яка не залежить від його приватного сигналу [52, с. 9]. Це може призводити до ситуацій, коли всі діють в один спосіб, навіть якщо початкова інформація була неправильною або недостатньою. Теорія інформаційних каскадів підкреслює важливість розуміння того, як масова політична свідомість може бути скерована або змінена через механізми наслідування та соціального тиску, що робить суспільство вразливим до політичного маніпулювання. В умовах інформаційного каскаду люди можуть ігнорувати власні знання або раціональні аргументи на користь слідування за більшістю. Це знижує загальний рівень критичного аналізу в суспільстві.

Теорія встановлення порядку денного, запропонована американськими журналістами та соціологами М. Маккомбсом і Д. Шоу, експлікує тезу В. Ліппманна (американський суспільно-політичний діяч та журналіст), про те, що ЗМІ є основною ланкою між зовнішнім світом і картинками в наших головах, саме ЗМІ мають значний вплив на те, які теми стають важливими для суспільства. Підґрунтя цієї ідеї в тому, що медіа не стільки відображають реальність, скільки формують її для аудиторії, акцентуючи увагу на певних питаннях та ігноруючи інші. Таким чином, медіа встановлюють «порядок денний» для публічного обговорення, підкреслюючи певні аспекти реальності і тим самим впливаючи на те, що люди сприймають як важливе. Чим більше медіа уваги приділяють певній темі, тим більше вона сприймається аудиторією як важлива. Коли певна тема стає центральною в медіа-просторі, вона також починає більше обговорюватися у суспільстві. Питання, на яких зосереджують увагу медіа, стають більш доступними для пам'яті та обговорення серед публіки [101]. Якщо порядок денний новин формується соціальними силами, зовнішніми по відношенню до ЗМІ, роль новинних інституцій є важливою, але нейтральною. Якщо ж ЗМІ

користуються автономією у формуванні порядку денного, вони самі по собі є потужною соціальною силою [101]. В новітніх дослідженнях підкреслюється, що формування порядку денного перетворилося на складний процес з багатьма учасниками та мультимедійною взаємодією [84, с. 216]. Теорія встановлення порядку денного ілюструє, як медіа можуть стати платформою забезпечення політичного маніпулювання, впливаючи на те, що громадськість вважає важливим і гідним обговорення. Через контроль над тим, які події або теми будуть висвітлюватися, медіа можуть створювати викривлену картину реальності. Це може призводити до того, що громадськість приймає рішення, ґрунтуючись на обмеженій або неправдивій інформації. У сучасному інформаційному середовищі, де різні медіа взаємодіють між собою, встановлення порядку денного стає більш складним явищем і залучає численних акторів. Це означає, що суб'єкти здійснення політичного маніпулювання можуть використовувати різні платформи для синхронізованого впливу на громадську думку, створюючи ефект «луни», де одна і та ж інформація повторюється в різних джерелах, підсилюючи її вплив.

Теорія пропаганди, яка була розроблена Е. Бернейсом, відомим американський теоретиком пропаганди та PR, є основоположною у розумінні механізмів впливу на суспільну думку через контроль над інформацією та масовою комунікацією. За Е. Бернейсом суспільна думка може бути ефективно маніпульована через використання пропаганди, яка подається як публічні відносини. Він вважав, що еліти можуть контролювати маси, створюючи й поширюючи певні ідеї, які формують поведінку людей, а також підкреслював важливість емоційних та ірраціональних аспектів у прийнятті рішень. У вказаній теорії важливим є аспект централізації та координації інформаційних потоків, які дозволяють контролювати наративи та формувати певне бажане уявлення у соціумі [51]. З означеного вбачається, що Еліти, які контролюють інформаційні потоки, можуть ефективно впливати на масову свідомість, формуючи певні

уявлення, наративи та ідеї. Пропаганда може створювати ілюзію однастайності або широкої підтримки певної політичної ідеї чи дії, що підсилює конформізм у суспільстві. Централізований контроль над інформацією та комунікацією може використовуватися для маніпуляції масовою політичною свідомістю, формуючи суспільну думку і поведінку в бажаному напрямку.

Важливе значення для розуміння, як суспільні настрої можуть впливати на політичні та соціальні дискурси, а також як медіа можуть сприяти замовчуванню певних поглядів має теорія спіралі мовчання, німецького соціолога та політолога Елізабет Ноель-Нойман. Згідно із вказаною теорією люди постійно намагаються оцінити, які думки є популярними в суспільстві. Вони часто покладаються на засоби масової інформації як на основне джерело інформації про те, що думають інші. Оскільки соціальна ізоляція є болючим досвідом для більшості людей, вони схильні уникати висловлювань, які можуть призвести до критики або відчуження з боку інших. Коли людина відчуває, що її думка менш популярна, вона все менше висловлюється, що ще більше зміцнює відчуття, що ця думка є менш популярною. Це створює «спіраль мовчання», коли тільки ті, хто відчуває, що їхня думка є домінуючою, відкрито висловлюються. Засоби масової інформації відіграють вирішальну роль у формуванні суспільних уявлень про те, які думки є домінуючими в суспільстві [110]. В більш пізніх дослідженнях зазначається, що коли соціальне середовище стає надто ворожим, громадська думка стає силою деінституціоналізації проти інституційної сили. У цьому випадку має існувати управління громадською думкою на рівні інституціоналізації, що означає, що уряд міг би запроваджувати відповідні нормативні акти та впроваджувати політику протягом періоду спіралі мовчання, щоб скерувати громадську думку в позитивному напрямку [62]. Отже, теорія спіралі мовчання показує, що контроль над інформаційними потоками та соціальними нормами з подальшим формуванням загальних наративів призводить до того, що громадяни менш схильні до відкритого висловлення своїх справжніх переконань. Спіраль



мовчання сприяє політичному конформізму, за якого люди вважають за краще підтримувати думки, які вони сприймають як популярні, навіть якщо ці думки не відповідають їхнім справжнім переконанням. Це робить суспільство вразливим до маніпуляцій, адже політичні еліти можуть формувати суспільну думку, контролюючи, які ідеї вважаються прийнятними.

Великий внесок в дослідженні міжособистісних комунікацій зробив американський соціолог, філософ психолог І. Гофман. Теорія фреймінгу (фреймування), запропонована І. Гофманом, досліджує, як люди організують і інтерпретують досвід у своїй свідомості. Основна ідея теорії полягає в тому, що люди використовують «фрейми» (рамки), щоб зрозуміти і структурувати свій досвід і соціальні взаємодії. Фрейми визначають, як ми інтерпретуємо події, дії та інформацію, і відповідно впливають на наші дії та рішення. І. Гофман стверджує, що фрейми є основними когнітивними структурами, які допомагають людям зрозуміти і структурувати складні соціальні реалії. Вони визначають, які аспекти подій важливі і як їх слід інтерпретувати. Фреймування відбувається в процесі взаємодії між людьми, в ньому беруть участь як індивідуальні учасники, так і соціальні інститути, такі як медіа, які можуть активно впливати на те, як події або теми фреймуються в суспільстві. Фрейми не лише допомагають людям інтерпретувати події, але й визначають дії [77]. Наприклад, якщо ситуація фреймується як криза, люди можуть діяти відповідно до цього фрейму, приймаючи термінові заходи. Кожна соціальна ситуація оточена епістемічним «парканом», спеціально створеним для того, щоб окреслити лише частину того, що включено в наше поле сприйняття як соціально «значуще», таким чином ефективно відокремлюючи його від того, що соціально «відфільтровано». У сучасній науковій літературі підкреслюється, що зважаючи на соціально-сконструйовану природу фреймів, їх можна образно «ламати» [153]. Таким чином, фрейми, створені медіа або політичними елітами, визначають, як суспільство інтерпретує політичні події, що дає можливість суб'єктам

маніпулювання формувати суспільні уявлення про ситуацію так, щоб викликати бажану реакцію. Фреймування дозволяє контролювати, на яких саме аспектах події або проблеми зосереджена увага суспільства. Теорія фреймінгу підкреслює, як через контроль над інтерпретацією події та явища, можливо ефективно маніпулювати масовою свідомістю та поведінкою, спрямовуючи суспільну думку та дії у бажаному напрямку.

В цьому контексті доцільно також розглянути концепцію вікна Овертона, яка ілюструє, як ідеї можуть переходити від радикальних та неприйнятних до основних і навіть політично можливих через поступові зміни в громадській думці. Метафора вікна використовується для опису чітко визначеного простору, в якому немислимі ідеї можна вважати життєздатними в соціальному контексті [96]. Суспільне ставлення до певних ідей змінюється шляхом поступового «розширення вікна» за допомогою суспільних дискусій, культурних змін і медійного впливу. Цей процес включає кілька послідовних переходів: немислиме, радикальне, прийнятне, розумне, популярне, політичне. Така політична стратегія спрямована на те, щоб змінити оцінку суспільства табуйованої теми, щоб пізніше внести зміни в політичну та соціальну структуру. Наприклад, науковці розглядають трансформацію сприйняття азартних ігор від поведінки, що викликає залежність, до прийнятного та легалізованого явища, яке зрештою стає соціальною та епідеміологічною проблемою [105]. Вбачається, що використання вікна Овертона є стратегічним інструментом у політичних маніпуляціях, оскільки дозволяє підготувати громадську думку до змін у політичній і соціальній структурах. Так, використовуючи механізми розширення вікна Овертона, суб'єкти маніпулювання можуть впливати на суспільні норми та цінності, зміщуючи рамки того, що вважається прийнятним, що дозволяє змінювати суспільні уявлення та готувати громадськість до впровадження нових, раніше неприйнятних ідей.

Виникнення психологічної напруги внаслідок сприйняття інформації, яка є суперечливою відносно сформованих уявлень про світ описує теорія когнітивного дисонансу американського психолога Л. Фестінгера [72]. Для зменшення дисонансу люди можуть змінювати свої переконання, підбирати інформацію, яка їм кореспондує, або перекручувати значення нових фактів, спотворювати їх. Наприклад, особи, які проголосували за певного кандидата, стикаються з психологічним дискомфортом у разі, якщо він себе скомпрометував. Теорія когнітивного дисонансу передбачає, що, ймовірно, значна частина виборців раціоналізувала б дисонансні уявлення, замість того, щоб коригувати свою думку щодо зазначеного кандидата.

Механізм впливу представлення серйозних політичних та соціальних проблем у формі розважального контенту в контексті формулювання проблеми політики постправди сформульовано американським теоретиком медіа Н. Постманом [121]. Зокрема, подання у медіа суспільно-значущих тем як частини розважального контенту зменшує їх значимість у свідомості аудиторії, знижується рівень критичного мислення і зацікавленості у глибокому аналізі фактів. Перетворивши розваги на ідеологію, телебачення відтворило публічний дискурс за своїм образом і подобою і перетворило демократію на шоу-бізнес. Ці ідеї знайшли подальший розвиток у дослідженні Д. Ханнана щодо тривожного зростання політичної нерозумності у формі масового тролінгу, поширення дезінформації та цифрового насильства [83].

Твердження про те, що людина не аналізує медіа-контент, а швидше сприймає його без будь-якого критичного осмислення обґрунтовано і в теорії гіподермічної голки, також відомої як теорія прямого впливу або теорія магічної кулі [89]. Передбачається, що медіа мають сильний і прямий вплив на аудиторію, аналогічно до того, як голка впорскує речовину в тіло.

Важливість суб'єктивного сприйняття реальності підкреслює і теорема Томаса, відповідно до якої, якщо людина визначає ситуацію як реальну, вона є

реальною у своїх наслідках [103]. Отже, те, як люди сприймають ситуацію, впливає на їхню поведінку, навіть якщо їхнє сприйняття не відповідає об'єктивній реальності. Якщо люди вірять у певну політичну ідею або загрозу, навіть якщо вона є сфабрикованою або перебільшеною, вони будуть діяти відповідно до цієї віри (наприклад, підтримуючи певних кандидатів або політичні рішення).

Явище групового фаворитизму, властиве масовій свідомості, описує парадигма «ворогів і друзів» К. Шмітта, відповідно до якої основним елементом політичного життя є визначення, хто є другом, а хто ворогом [102]. Це розмежування визначає політичну ідентичність та обґрунтовує дії та рішення в політичному контексті. Політична ідентичність і єдність можуть бути збудовані через конфлікт із зовнішніми або внутрішніми «ворогами». Це допомагає формувати і підтримувати групову солідарність та визначати межі політичної спільноти.

Важливо також означити основні принципи теорії соціальної ідентичності, визначені Р. Брауном і С. Персоном. Так, люди прагнуть до позитивної самооцінки. Оскільки оцінка груп, до яких вони належать, впливає на позитивну самооцінку, люди намагатимуться дотримуватися позитивної соціальної ідентичності. Оскільки оцінка цінності соціальної ідентичності є відносною, люди вважають за краще бачити свої групи кращими за інші, принаймні за критеріями, які для них найбільш важливі [56].

Означені підходи ілюструють, що масова політична свідомість не є статичним явищем, формується під впливом соціальних і медійних структур, які можуть спотворювати реальність, створювати певні наративи і мобілізувати або деморалізувати різні групи населення.

Під масовою політичною свідомістю розуміємо сукупність політичних переконань, уявлень, цінностей та орієнтацій, які поділяє широке коло людей у суспільстві. Визначним чинником формування масової політичної свідомості є політична комунікація, включаючи вплив засобів масової інформації, пропаганди,

політичні дискурси та інші комунікативні процеси, які є ключовою мішенню для політичного маніпулювання. Вивчення масової політичної свідомості крізь призму розглянутих теорій та концепцій дозволяє зрозуміти, як інформаційні впливи можуть змінювати або формувати колективне політичне мислення, сприйняття та оцінки політичних реалій.

Масову політичну поведінку розуміємо як сукупність колективних дій та реакцій широких верств населення, що відображають їх політичну свідомість і виявляються у формі голосування, протестів, участі в політичних кампаніях, громадянській активності тощо. Масова політична поведінка є результатом як внутрішніх переконань і цінностей, так і зовнішніх маніпулятивних впливів.

Комплексний аналіз ключових теорій, що розкривають феномен масової політичної свідомості та поведінки, продемонстрував вплив політичного маніпулювання на означені явища.

Так, Г. Лебон виділяв ключові характеристики мас, як-от анонімність, емоційна збудженість, персональна трансформація та сугестивність. Він підкреслює, що масова свідомість часто формується під впливом харизматичного лідера, що робить її вразливою до маніпуляцій. Г. Тард акцентував увагу на наслідуванні, інноваціях і поширенні ідей як основних механізмах соціального розвитку. Його концепція соціальної поведінки як наслідування підкреслює важливість громадської думки і ролі медіа в формуванні масової свідомості. Е. Дюркгейм ввів поняття «аномії» і розглядав масову свідомість як результат соціальної інтеграції. Він підкреслював важливість соціальних норм і цінностей, що утворюються через взаємодію індивідів. Запропонована Е. Кассирером концепція масової свідомості як символічної структури, заснованої на культурних символах, ілюструє їх вплив на визначення суспільних цінностей та сенсів. Аналіз масової свідомості К. Маннгеймом крізь призму соціального контексту, дозволив констатувати, що знання та свідомість формуються під впливом соціальних обставин. Теорія інформаційних каскадів С. Бікчандані та А. Банерджі

підкреслює, як люди часто приймають рішення, ґрунтуючись на спостереженнях за діями інших, що може призвести до масових помилкових рішень через соціальний тиск і наслідування. Теорія встановлення порядку денного М. Маккомбса і Д. Шоу показує, як медіа визначають, які питання стають важливими для суспільства, впливаючи на те, що вважається значущим у суспільному дискурсі. Теорія пропаганди Е. Бернейса висвітлює важливість централізованого контролю над інформаційними потоками для маніпуляції масовою свідомістю через поширення певних наративів і створення ілюзії однотайності. Теорія спіралі мовчання Е. Ноель-Нойман акцентує на впливі соціального тиску на висловлювання особистої думки, показуючи, як люди схильні уникати висловлювань, що можуть бути непопулярними. Теорія фреймінгу І. Гофмана пояснює, як фрейми впливають на інтерпретацію подій і, відповідно, на дії людей, що дозволяє медіа та політичним елітам маніпулювати громадською думкою. Концепція вікна Овертона демонструє, як радикальні ідеї можуть стати прийнятними в суспільстві через поступові зміни в громадській думці, що також може бути використане для маніпуляції масовою свідомістю.

Ці підходи у своїй сукупності створюють багатовимірну картину формування масової свідомості та поведінки, підкреслюючи їхню вразливість до маніпуляцій. Означені наукові підходи допомагають зрозуміти механізми впливу на масову свідомість і політичну поведінку, що може бути використано як для глибшого розуміння соціальних процесів, так і для розробки стратегій протидії політичному маніпулюванню.

### **2.3. Методи та засоби політичного маніпулювання**

Феномен маніпулювання став невід'ємною частиною політичної системи сучасних режимів і комунікаційних практик. З нарощуванням масштабів впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у ключові сфери

суспільного життя зростають можливості застосування методів прихованого впливу на індивідуальну і масову свідомість, що опосередковує потребу дослідження механізму політичного маніпулювання – методів і засобів його здійснення.

Ми поділяємо думку А. В. Денисюк, яка наголошує на неприпустимості політичного діалогу із застосуванням маніпулювання. Зазначається, що в такому випадку політичний діалог стає інструментом, технологією «для отримання чи утримання влади, або політичного лідерства. Тоді це імітація політичної діяльності чи політичної комунікації» [7, с. 65]. Так, маніпуляція в політичному діалозі є деструктивною для справжньої комунікації, оскільки вона змінює функції кожного елемента комунікаційного процесу для досягнення корисливих цілей, замість сприяння чесному та відкритому обміну думками.

Провідними інститутами, які ініціюють та впроваджують політико-маніпулятивні кампанії, називають державні інституції публічної влади, політичні партії, неурядові організації та групи інтересів. До виконавців і середовища маніпулювання відносять індивідуальних Інтернет-комунікаторів, комерційні кампанії, соціальних акторів [23, с. 62].

Метод (від грецької *methodos* – спосіб пізнання) у широкому розумінні слова – «шлях до чогось», шлях пізнання, спосіб досягнення певного результату, здійснення певної діяльності [36, с. 9]. Відповідно до положень Академічного тлумачного словника української мови, поняття «метод» означає: 1. Спосіб пізнання явищ природи та суспільного життя; 2. Прийом або система прийомів, що застосовується в якій-небудь галузі діяльності [39, с. 692]. В той час, як поняття «засіб» вживається у розумінні: 1. Прийом, якась спеціальна дія, що дає можливість здійснити що-небудь, досягти чогось; спосіб; 2. Те, що служить знаряддям у якій-небудь дії, справі [38, с. 307]. Отже, поняття «метод» та «засіб» не є тотожними. Метод визначає, яким чином здійснюється маніпуляція, тобто описує процес і механізми, за допомогою яких досягається бажаний результат.

Засіб політичного маніпулювання, у свою чергу, є інструментом, через який реалізується вибраний метод. Це конкретні канали, технології та ресурси, які використовуються для досягнення маніпулятивних цілей.

Дезінформація як метод політичного маніпулювання полягає у свідомому поширенні неправдивої або викривленої інформації з метою обману та впливу на громадську думку. Вона може бути використана для дискредитації політичних опонентів, зміни суспільного сприйняття подій або мобілізації підтримки для певної політичної позиції.

Науковцями було встановлено, що неправдива інформація поширюється на більші відстані, задіяючи більше число каналів, охоплює більшу кількість людей та може проникати в глибші соціальні або психологічні структури, ніж правдива [146].

До типів маніпуляцій на виборах відносять реформування виборчої системи, неправильний розподіл, джеррімандерінг, скасування реєстрації опозиційних кандидатів, кон'юнктурне призначення виборів – маневрування часом виборів. Втім, відзначається, що наслідки маневрування часом виборів можуть різнитися. Наприклад, призначення позачергових парламентських виборів дозволяє пропрезидентським партіям отримати більшу частку голосів і місць у парламенті. Втім, існують випадки, коли опортуністичне рішення чинної влади призначити дострокові вибори негативно впливає на підтримку виборцями правлячої партії та знижує рівень задоволеності громадян демократією [98, с. 476].

Дезінформація включає широкий спектр неправдивої, фальшивої, неточної або оманливої інформації. Дезінформації властиві такі характеристики: за своєю сутністю є інформацією; вводить в оману, тобто створює хибні переконання; навмисність створення хибних переконань. До основних мотивів поширення дезінформації відносять грошовий (оскільки провокаційні, сенсаційні новини, як правило, збільшують трафік і зацікавленість користувачів таким вмістом, і тому є



вигідними для онлайн-рекламодавців) та ідеологічний (оскільки фальшивий контент може служити ефективним засобом маніпулювання для просування політичних планів і підтримки політичних діячів чи ідеї) [136].

Наразі аудиторія перевантажена неймовірним обсягом інформації, в якій важко зорієнтуватися і це створює додаткові можливості для впровадження стратегій дезінформації. Так, брехня створюється для того, щоб заплутати цільову аудиторію та створити атмосферу невизначеності з точки зору підживлення відчуття, що «всі брешуть» і що «правда більше не актуальна», тому що «ніщо не є таким, як здається». Інформаційний простір переповнений конфліктною інформацією, альтернативними історіями (брехливими чи правдивими), актуальною та неактуальною інформацією.

Інша стратегія побудована на релятивізації, властивій епосі постправди, для якої характерно зменшення важливості фактів, які можна перевірити. Істина більше не є важливою і була замінена новою (альтернативною) реальністю. Це дає людям змогу обирати реальність, де підтверджені факти менш важливі, ніж існуючі переконання та упередження. Іншою ефективною стратегією є змішування правди з маніпулятивним контентом і використання маніпулятивних технік, спрямованих на емоції. Страх належить до найпоширеніших емоцій, які використовують маніпулятори.

За результатами дослідження пропагандистських та дезінформаційних кампаній у Чеській Республіці визначено, що завдяки технологічному розвитку методи маніпулювання змінилися та модернізувалися. Використання пропагандистських картинок і фільмів у дезінформаційних ЗМІ є мінімальним. Зображення, спрямовані на донесення чіткого повідомлення, яке явно маніпулюють (пропагандистські), зустрічаються рідко. Замість листівок із картинками та фільмами для цих цілей використовується письмовий текст, а точніше слова та історії (наративи). Спроби передати емоції та упереджений

погляд на світ більше покладаються на маніпулятивні прийоми, такі як звинувачення, фабрикація, навішування ярликів і релятивізація [104, с. 558].

Чутку можна визначити як «неперевірену пропозицію віри, яка має актуальне значення для осіб, які беруть активну участь у її поширенні». Передумовами чуток є невизначеність ситуації та її важливість. Крім того, існує теорія, відповідно до якої участь у формуванні і розповсюдженні чуток спрямована на колективне формування сенсу [94, с. 198].

Словник медіакомунікації визначає пропаганду як форму переконливої комунікації, показу навмисних і систематичних зусиль з формування ідей, впливу та керування почуттями, бажаннями, ставленнями, думками та поведінкою з метою досягнення відповіді, яка б відповідала цілям і потребам пропагандиста». Значення слова «пропаганда» значною мірою перестало бути нейтральним, а натомість стало пейоративним (для позначення напівправди, брехні, наклепу тощо). Проте з етимологічної точки зору «пропаганда» походить від цілком нейтрального латинського дієслова «propagare», що означає «поширювати» або «пропагувати» ідеї та думки [107, с. 25].

Наразі пропаганда найчастіше розглядається як маніпуляція у ЗМІ, спрямована на досягнення соціального контролю, особливо в контексті політики. Найпоширеніші інструменти пропаганди включають чорно-біле зображення реальності, вибірку фактів для публікації, нерозголошення важливої інформації, використання відомих експертів або популярних діячів для переконання чи залучення потенційних послідовників, спроби демонізації ворога та ідеалізації власної системи, використання подвійних стандартів, риторика «ми і вони», поширення дезінформації та чуток, проведення медійних кампаній, представлення напівправди та припущень як фактів, закривання очей на незручну інформацію, навмисні спроби ввести в оману та обман інших, заплутаність і двозначність ключових тверджень, надмірне спрощення складних питань, використання цитат, вирваних із контексту, накидання ярликів, використання

легко запам'ятовуваних гасел і символів, стереотипів, спроби роздмухування емоцій, зловживання історією з метою роздмухування негативних пристрастей, висування необґрунтованих припущень, контроль і цензура ЗМІ, громадський тиск, створення кумирів і табу, наявність вузького кола «експертів» для коментування окремих питань, ігнорування інших поглядів, навмисне змішування реального перебігу подій тощо [107, с. 26].

Використання психологічних операцій пропаганди та дезінформації є одним операційних компонентів інформаційної війни [54].

Фреймінг, як метод політичного маніпулювання, передбачає вибір деяких фрагментів інформації про явище, яке є предметом комунікації, та надання їм більшої помітності, щоб сприяти визначенню конкретної проблеми, тлумаченню причинно-наслідкового зв'язку, формуванню моральної оцінки та виробленню засобів подолання [71, с. 53]. Одночасно фрейми відвертають увагу від інших аспектів описаної реальності, оскільки передбачають вибіркового опис та упущення особливостей явища або ситуації.

Політичне маніпулювання може здійснюватися і за допомогою міфотворчості. Так, політичні міфи є спрощеними, емоційно насиченими наративами або історіями, які часто спираються на культурні архетипи, стереотипи чи ідеалізовані уявлення про історичні події, особистостей або суспільство. Політичні міфи використовуються для формування, підтримки та зміцнення певних політичних ідей, цінностей або легітимізації влади [47]. В науковій літературі зазначається, що «міф фіксується в свідомості через певні ритуали, які є колективними діями сильної емоційної взаємодії та розуміння, зміцнюють колективну єдність і є важливим фактором політичного регулювання та встановлення певної моделі суспільно-політичної системи; міф впроваджується у свідомість мас за допомогою засобів масової інформації та інших установ масової культури» [20, с. 50]. Як знаряддя маніпуляцій, політичний міф складається з механізму «свій – чужий», протистояння «добра – зла», «правди

– кривди», «лиходіїв – жертв», «героя – кривдника», «героя – антигероя», «білого – чорного» [28, с. 46]. Важливою характеристикою в контексті дослідження маніпулятивного впливу на масову свідомість є те, що міфологічне осягнення світу є емоційно-чуттєвим, а не раціональним [14, с. 84].

Для впливу на громадську думку, створення недовіри до офіційних джерел інформації, розпалювання страху, та поляризації суспільства використовують також теорії змови, що відносяться до специфічних версій пояснень політичних подій або процесів, які стверджують, що певні події чи явища є результатом таємних або неформальних дій таємних груп, еліт або державних інституцій, які діють приховано для досягнення своїх цілей. Наприклад, в Німеччині з кінця XVIII ст. до середини XIX ст. поширеними були теорії вертикальних змов: на думку представників влади того часу, не тільки масони та євреї, а й соціалісти та ліберали розглядалися як змовники проти суспільного ладу [58]. Відзначається, що люди частіше підтримують конспірологічні теорії, які звинувачують у змові їх політичних суперників. Так, у США демократи схильні вірити, що республіканці вчиняють фальсифікації виборів, і республіканці звинувачують демократів у тих же порушеннях. Ця тенденція може відображати мотивоване міркування, згідно з яким люди інтерпретують інформацію по-різному залежно від приналежності до політичної ідеології і власних схильностей. Це явище особливо виражено, коли люди відчують, що наявна загроза їхній політичній групі [69, с. 274]. Одним із головних ефектів теорій змови, є перешкоджання участі в основних політичних процесах [69, с. 275].

Вірусні новини визначаються як мережеві новини, які часто мають соціальну значущість і неочікуваність і поширюються онлайн переважно через соціальні медіа набагато швидше та охоплюють більшу аудиторію, ніж інші новини [123, с. 908].

З метою дискредитації політичних опонентів або просування певних наративів можуть застосовуватися фейкові новини – неправдива або спотворена

інформація, яка видається за справжню новину. Однією з причин впливу фейкових новин є те, що люди віддають пріоритет своїй політичній ідентичності перед правдою – і тому не можуть відрізнити правду від брехні, зрештою переважає ідеологічно узгоджена інформація [117, с. 391]. Наразі розповсюдженим явищем є і діпфейки – фальшиві відео або аудіо матеріали, які використовують технології штучного інтелекту для створення реалістичних, але неправдивих зображень або голосів [8, с. 74].

До інструментів політичного маніпулювання також відносять астротурфінг, троллінг, боти [3, с. 29], хейт, із застосуванням якого відбувається культивування колективного сорому та провини [37, с. 37].

Важливим є розмежування явищ «засоби масової комунікації» та «засоби масової інформації». Так, до засобів підготовки і передачі інформації відносять засоби масової комунікації та засоби масової інформації. «Засоби масової комунікації, на відміну від засобів масової інформації, являють собою не джерело її поширення, а саме спосіб поширення її від комунікатора до реципієнта» [1, с. 38].

Відповідно до п. 30 ч. 1 ст. 1 Закону України «Про медіа» медіа (засіб масової інформації) – це засіб поширення масової інформації у будь-якій формі, який періодично чи регулярно виходить у світ під редакційним контролем та постійною назвою як індивідуалізуючою ознакою [34].

Найважливішими явищами та тенденціями глобалізації в медіакультурі називають: перевагу візуальної культури, комерціалізацію, яка зараз охоплює також суспільні ЗМІ, витіснення ціннісного мистецтва, зростання розваг низького рівня в усіх медіа, вульгаризацію мови, взаємну неповага до медіа та їх аудиторії, вплив реклами на інтереси глядачів, пошук розваги замість досвіду, низьку професійну рефлексію медіакультури, стереотипізацію, комерціалізацію, уніфікацію та гомогенізацію медіаконтенту [107, с. 30].

Медіатекст пропонують визначати як твір масової інформаційної діяльності і масової комунікації, суть якого полягає в передачі конкретної інформації, з метою впливу на громадську думку і проведення переконання. Від тексту його відрізняє багатовимірний характер, який розуміється як поєднання розрізнених вербальних, візуальних, аудіальних, аудіовізуальних або інших компонентів в єдиному семантичному просторі тексту [21, с. 144]. Використання багатовимірних компонентів може створювати синестезію (поєднання різних сенсорних стимулів) або когнітивний дисонанс, що ускладнює критичний аналіз інформації.

Платформи соціальних медіа, такі як Twitter, Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, Reddit, Snapchat та інші, надають унікальні технічні можливості та можуть бути використані для маніпулювання політичними процесами, залежно від специфіки функціоналу платформ і їх аудиторії. За допомогою означених платформ реальне політичне поле відтворюється у віртуальній площині.

Відзначається, що за певних умов, електронна демократія може бути використана як механізм для застосування маніпулятивних комунікативних технологій [7, с. 155]. Так, наприклад, використання технологій для збору великих обсягів даних про громадян дозволяє створювати детальні профілі, які можуть використовуватись для таргетованої реклами, аналіз поведінки користувачів дозволяє створювати персоналізовані повідомлення, що підсилює вплив на різні соціальні групи. Крім того, цифрові платформи можуть бути налаштовані так, щоб створювати ілюзію активної участі громадян у демократичних процесах, хоча насправді їх вплив може бути обмеженим.

Встановлено, що за допомогою месенджерів реалізуються стратегії політичної комунікації, такі як націлювання реклами на певні верстви населення з використанням демографічної інформації чи даних про уподобання користувачів, ігрові алгоритми за допомогою методів оптимізації пошукових систем, щоб зробити вміст вищим у результатах пошуку [91]. Стає можливим

сегментування населення за різними ознаками (наприклад, вік, місце проживання, інтереси) і розсилка різних повідомлень різним групам, що дозволяє використовувати різні стратегії впливу на різні соціальні верстви задля створення викривленої картини реальності для кожної з груп. Використання методів оптимізації пошукових систем (SEO) дозволяє керувати тим, які ресурси з'являються на перших місцях у результатах пошуку, що може включати підвищення видимості певного політичного контенту. Створення штучно підвищених рейтингів контенту або використання ботів для підвищення популярності певних повідомлень у соціальних мережах або пошукових системах може створювати враження широкої підтримки певної ідеї, навіть якщо це не відповідає реальній ситуації.

Окремі дослідження приділені можливостям політичного маніпулювання у Telegram, який являє собою поєднання месенджера та платформи для блогів, роль якої виконують канали Telegram. Відзначається, що Telegram є хорошою платформою для розвитку особистого та політичного бренду, що підтверджується випадком президентської кампанії Володимира Зеленського, чия команда політтехнологів була першою, хто ефективно використав Telegram для спілкування з виборцями [118, с. 91]. Окремої уваги заслуговують результати дослідження ролі платформи Telegram в автократичному режимі, відповідно до якого встановлено, що продуктивність і практика Telegram резонували з громадянами та спонукали їх формувати афективні зв'язки з платформою, сприймаючи Telegram як союзника в боротьбі проти повсюдних репресій і цифрової цензури. Ні підставі цього обґрунтовано думку про те, що цифрові платформи необхідно розглядати як гравців у суперечливій політиці, а не як інструменти для участі в політичному житті [148].

Наразі увага наукового співтовариства спрямована на дослідження можливостей штучного інтелекту у політичній комунікації. Штучний інтелект описується як здатність за допомогою машин, комп'ютерних систем або

обчислювальних мереж здійснювати діяльність та реалізовувати процеси, які зазвичай пов'язані з людською сферою. Штучний інтелект здатен емулювати, відтворювати або імітувати широкий спектр когнітивної діяльності, яка раніше вважалася виключною сферою людського інтелекту. Позитивним аспектом використання штучного інтелекту називають можливість збагачення демократичної участі та полегшення прийняття політичних рішень на основі даних. Разом з тим, визначається, що на політичну участь може вплинути поширення неправдивих або підроблених новин, створених системами генерування тексту на основі штучного інтелекту. Крім того, системи аналізу даних на основі штучного інтелекту використовуються для збору, обробки та інтерпретації величезних обсягів інформації з онлайн-платформ і соціальних мереж, що дозволяє політикам краще розуміти думки та вподобання виборців. Ці інструменти можна використовувати для більш цілеспрямованого керування комунікаційними стратегіями та виборчими кампаніями [50, с. 10].

Таким чином, встановлено, що метод політичного маніпулювання визначає, як саме здійснюється вплив на громадську думку, поведінку людей або політичні процеси. Це свого роду стратегічний підхід, що визначає загальну концепцію та напрямок дій. Методи можуть включати різні психологічні прийоми, такі як спотворення інформації, створення пропагандистських наративів, використання страху або надії для маніпуляції емоціями і почуттями, залучення авторитетних фігур для посилення впливу або підміна понять ідеологічними кліше. Метод визначає, яким чином здійснюється маніпуляція, тобто описує процес і механізми, за допомогою яких досягається бажаний результат. Це інструментальний аспект політичного маніпулювання, до якого належить: створення і поширення однобоких або спотворених інформаційних повідомлень, які підсилюють певний наратив і дискредитують альтернативні точки зору; використання емоційно-заряджених символів, слоганів та образів для підсилення впливу; фреймінг; фейкові новини та дезінформація; використання повідомлень,



що викликають страх, гнів, гордість або інші сильні емоції, щоб спрямувати аудиторію до певних дій або переконань; цілеспрямована кампанія з дискредитації незалежних або опозиційних медіа, активістів, експертів, з метою підризу їхньої авторитетності та впливу.

Засіб політичного маніпулювання, у свою чергу, є інструментом, через який реалізується вибраний метод. Це конкретні канали, технології та ресурси, які використовуються для досягнення маніпулятивних цілей. Наприклад, засобами можуть бути засоби масової інформації, які поширюють вибірккову або перекручену інформацію; соціальні мережі, через які проводяться інформаційні кампанії; візуальна символіка, що створює певні асоціації у свідомості людей; або навіть виступи політичних лідерів, які використовуються для підкріплення маніпулятивних меседжів. Це технічний аспект реалізації політичного маніпулювання, він стосується інфраструктури та технологій, що використовуються для поширення маніпулятивного контенту та контролю над інформаційним середовищем. До нього належать цифрові платформи та алгоритми (соціальні мережі Facebook, Twitter, Instagram, TikTok); пошукові системи (оптимізація контенту (SEO) для підвищення видимості маніпулятивних матеріалів); боти та тролі; медіатехнології, як-от відео та аудіомонтаж, дипфейки, генерація контенту за допомогою штучного інтелекту; інформаційні мережі та комунікаційні технології, наприклад VPN та анонімайзери (засоби для приховування джерел поширення маніпулятивного контенту, що ускладнює виявлення та протидію); блокування або обмеження доступу до певних джерел інформації, що не відповідають бажаному наративу.

Технічний та інструментальний аспекти політичного маніпулювання тісно переплітаються, оскільки технологічні засоби забезпечують реалізацію інструментальних стратегій і тактик.

## **РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ НЕЙРО-ЛІНГВІСТИЧНОГО ПРОГРАМУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ВПЛИВУ В ПОЛІТИЧНІЙ КОМУНІКАЦІЇ**

### **3.1. Сутність, види, техніки та сфери НЛП**

Нейро-лінгвістичне програмування (далі – НЛП) визначається як напрямок прикладної психології, створений на стику лінгвістики, психології, культурології та соціології [90, с. 55]. Фундаторами НЛП є американські вчені Р. Бендлер і Дж. Гріндер. Вони розробили теоретичний та методологічний апарат НЛП у 1970-х роках, об'єднавши ідеї з лінгвістики, психотерапії та когнітивної науки. Зокрема, основоположними працями авторів є «The structure of magic» (укр. – «Велика енциклопедія НЛП. Структура магії») – книга, в якій описано ідеї авторів про те, як мова впливає на мислення і поведінку. Та «Frogs into princes» – практичний посібник з НЛП, в якому детально розкрито техніки. Крім того, у розвиток НЛП значний внесок зробив Р. Ділтс, співавтор праці «Neuro-linguistic programming, volume I : the study of the structure of subjective experience», присвяченої вивченню того, як люди створюють і організовують свій суб'єктивний досвід та автор праць «Sleight of mouth» (укр. – «Фокуси мови»), яка описує техніки створення і зміни переконань; «From Coach to Awakener», яка являє собою дослідження коучингового підходу в НЛП.

Дж. Делозьє є співавтором Р. Ділтса щодо праці про розвиток НЛП у нових напрямках «NLP II: The Next Generation: Enriching the Study of the Structure of Subjective Experience». Крім того, авторкою розроблено змістовний довідник з НЛП «Encyclopedia of systemic Neuro-Linguistic Programming and NLP new coding».

В сучасній українській доктрині відсутні комплексні дослідження застосування НЛП у політичній комунікації. Втім, означений підхід набуває

популярності і широкої практики застосування, англомовні джерела з означеної тематики стають більш поширеними, а їх україномовні переклади затребуваними. Політичний ландшафт є динамічним та мінливим, особливо в контексті інформатизації суспільства, за якої нові комунікаційні технології та методи стають доступними. Вивчення НЛП має на меті формування практичного інструментарію для адаптації та вдосконалення комунікаційних стратегій відповідно до сучасних умов. Дослідження НЛП у політичній комунікації допомагають розширити теоретичні знання, покращити практичні навички та забезпечити етичний підхід до використання психологічних технік у політиці.

Різні підходи до визначення НЛП представлено у праці Д. Пассмор і Т. Роусон [115]. Так, наводиться дефініція основоположників НЛП Д. Гріндера та Р. Бендлера: «НЛП як вивчення суб'єктивного досвіду». Другим прикладом є поняття, запропоноване Р. Реді та К. Бертон: «вивчення структури вашого суб'єктивного досвіду.....мистецтво та наука спілкування ....посібник для вашого мозку...». Змістовним є трактування за Дж. О'Коннер та Дж. Сеймур: «НЛП – це мистецтво і наука особистої досконалості. Мистецтво, тому що кожен привносить свою унікальну особистість і стиль у те, що він робить, і це ніколи не можна передати словами чи технікою. Наука, оскільки існує метод і процес виявлення закономірностей, які використовують видатні люди в будь-якій галузі для досягнення видатних результатів».

За Дж. Коллінгвудом та К. Коллінгвудом [63] НЛП досліджує зв'язки між тим, як люди думають (нейро), як люди спілкуються (лінгвістичне), і як будують моделі поведінки та емоцій (програмування).

Розширений погляд на НЛП представлено у праці Х. Хеджесе: НЛП базується на ідеї, що люди сприймають світ за допомогою органів сприйняття та перетворюють сенсорну інформацію в розумові процеси, як свідомі, так і несвідомі. Процеси мислення активізують неврологічну систему, яка впливає на фізіологію, емоції та поведінку людини. Лінгвістична складова відноситься до

того, як люди використовують мову, щоб зрозуміти світ, зафіксувати та концептуалізувати досвід, а також передавати цей досвід іншим. У НЛП лінгвістика – це дослідження того, як слова, які вимовляють люди, впливають на їхній досвід. Програмування значною мірою спирається на теорію навчання та розглядає те, як люди кодують або подумки представляють досвід. Особисте програмування складається з внутрішніх процесів і стратегій (моделей мислення), які людина використовує для прийняття рішень, вирішення проблем, навчання, оцінки та отримання результатів. НЛП показує людям, як перекодувати свій досвід і організувати своє внутрішнє програмування, щоб досягти бажаних результатів [85, с. 137].

Дж. Гріндер та К. Бостік Сент-Клер [79] визначають НЛП як технологію моделювання, конкретним предметом якої є набір відмінностей, які відрізняють продуктивність геніїв від продуктивності посередніх виконавців у тій самій сфері чи діяльності. У цьому сенсі мета досліджень моделювання в НЛП полягає в тому, щоб пояснити ці набори відмінностей у коді, який можна передавати та вивчати.

П. Тосі та Д. Матісон [143] характеризують НЛП як новий, спірний підхід до навчання, індивідуального розвитку та спілкування. НЛП пропонують визначати і як комунікаційну систему, яка використовує методи розуміння та сприяння змінам у мисленні та поведінці [137, с. 757].

Можливості НЛП для комунікації підкреслено безпосередньо Р. Бендлером та Дж. Гріндером у праці «Велика енциклопедія НЛП. Структура магії». Зокрема, визначено, що комунікація – це репрезентація досвіду у соціальному контексті із використанням мови [48, с. 38].

Варто зазначити, що у науковому співтоваристві існує дискусійність щодо доказовості та валідності НЛП. Наприклад, Д. Пассмор і Т. Роусон доходять висновку про відсутність емпірично-підтвердженої доказовості ефективності технік НЛП [115]. Разом з тим, колектив авторів Дж. Стерт, С. Алі, В. Робертсон, Д. Меткалф, Е. Гроув, К. Борн та К. Брідл в результаті проведеного емпіричного

дослідження впливу НЛП на психічне здоров'я констатували, що брак доказів того, що застосування НЛП покращує результати, пов'язані зі здоров'ям, відображає обмежену кількість і якість досліджень НЛП, а не надійні докази відсутності ефекту [137, с. 763]. Психотерапію на основі НЛП (нейролінгвістична психотерапія) було визнано Радою психотерапії Великобританії на початку 1990-х років [93]. В Україні на законодавчому рівні визначено, що НЛП належить до методів психотерапії з доведеною ефективністю [33].

Відзначається, що НЛП, як комплексний набір моделей та інструментів для навчання та змін, є важливим для бізнес-середовища, оскільки надає можливості мотивування підлеглих, управління колективом та перетворення негативних думок на рушійні сили змін [152, с. 13]. Крім того, підкреслюються комунікативні можливості використання НЛП, оскільки розуміння того, що люди по-різному фільтрують інформацію, мають різні переконання, роблять різні оціночні судження чи приймають рішення, ілюструє, що вони не тільки мають різні карти світу, але й по-різному реагують на конкретні події. Роль НЛП полягає в тому, що орієнтація на мову та адаптація дискурсу під час спілкування з партнерами, дозволяє відповідати їхній карті світу та будували взаєморозуміння [151, с. 16].

Робота у підході НЛП зі способом конструювання досвіду має широкий спектр практичного застосування, від лікування людей од фобій у психотерапії до навчання менеджерів способам розробки ефективних стратегій, які підвищують продуктивність організації [92, с. 132].

НЛП використовується як один із способів психологічного втручання у медицині, спорті та освіті. НЛП за допомогою психологічних технік і мовних патернів може внести певні зміни у зв'язки між неврологічними процесами, реструктурувати пізнання індивідів і, зрештою, реформувати їх поведінку [131, с. 50].

Цікавими є результати дослідження «Управління конфліктами за допомогою підходу НЛП» [126, с. 463]. Так, було обґрунтовано твердження, що

НЛП є одним з підходів, який можна застосувати для управління конфліктами, оскільки він орієнтований на забезпечення ефективного мислення для вирішення проблем, дозволяє оптимізувати мову, яка використовується для впливу на мислення та поведінку, допомагає змінювати упередження та упорядковувати інформацію для досягнення бажаних результатів. У представленому дослідженні розглянуто конкретні інструменти НЛП, зокрема лінгвістична модель із використанням Мета-моделі та моделі Мілтона, доведено, що вони є корисними для медіаторів у вирішенні соціальних конфліктів, особливо у випадках їх виникнення між приватними особами та інститутами громадянського суспільства, тому що використання НЛП не тільки допомагає визначити коріння конфліктів, але й максимізувати ефективні інструменти комунікації, щоб створити повне розуміння фактичного коріння конфлікту задля управління ним. Зрештою, це в цьому дослідженні зроблено висновок, що конфлікт пов'язаний з людською поведінкою, яка є результатом думок, і люди діють на основі того, що вони думають. НЛП виступає своєрідним дороговказом щодо того, як працює людський розум.

Відзначається, що теоретичні доробки та практичні рекомендації НЛП можуть бути застосовані щодо мовлення, реклами, маркетингових операцій, міжособистісного, ділового та комунікаційного менеджменту [90, с. 55].

У 2023 році в Україні за загальною редакцією С. О. Гнатюка, О. А. Смірнова, В. М. Петрика було видано навчальний посібник «Сучасні технології нейролінгвістичного програмування», який рекомендовано для викладання навчальних дисциплін «Інформаційно-психологічне протиборство» та «Інформаційна безпека держави» [40], що вказує на зростаючий інтерес до цього підходу та його застосування у специфічних галузях. Це свідчить про визнання значення НЛП у контексті сучасних викликів в інформаційній безпеці та психологічному протиборстві, підкреслює важливість практичного застосування НЛП у реальних ситуаціях, таких як інформаційні війни та психологічні операції.

Опис моделі спілкування за НЛП представлено у праці Д. Сандуа «Decoding Neuro-linguistic programming». Зокрема, визначено важливість визнати взаємодію між мовою, неврологією та поведінкою. НЛП стверджує, що люди сприймають світ за допомогою органів чуття, і це сприйняття формує їхнє внутрішнє уявлення про реальність. За допомогою мовних процесів, таких як мовні шаблони та метафори, люди створюють визначення та передають свій досвід. Неврологічно ця комунікаційна модель припускає, що мозок обробляє інформацію на основі сенсорних вхідних даних, фільтрує та зберігає її відповідно. Поведінка, останній компонент моделі, охоплює те, як індивіди діють у відповідь на своє сприйняття та лінгвістичні інтерпретації. Завдяки комплексному розгляду цих трьох елементів НЛП пропонує унікальну структуру для покращення спілкування шляхом виявлення моделей, переконань і поведінки, які можуть перешкоджати ефективній взаємодії. Це дає людям можливість формулювати бажані перспективи комунікаційної взаємодії, узгоджувати мову зі своїми намірами та будувати стосунки з іншими завдяки підвищеній обізнаності та гнучкості стратегій комунікації [128, с. 20].

До «стовпів» НЛП відносять: заздалегідь визначений бажаний результат; гостроту чуття, здатність спостерігати і виявляти щось у деталях; гнучкість поведінки та її коригування після отримання чіткого зворотного зв'язку; взаєморозуміння, здатність будувати стосунки на основі довіри та взаєморозуміння [126, с. 463].

НЛП як підхід, який використовується у комунікативній практиці, спирається на теоретичні та методологічні підвалини, використовує власний понятійно-категоріальний апарат.

Так, пресупозиції в нейро-лінгвістичному програмуванні – це основоположні принципи або переконання, на яких базується методологія підходу [144]. Ці припущення допомагають створювати ефективну комунікацію,

адаптуватися до різних ситуацій і підходити до вирішення проблем з позитивною та гнучкою установкою [95, с. 102].

1. Карта – не територія. Спосіб, яким люди описують реальність (їхня «карта світу»), не є самою реальністю. Люди діють на основі своїх уявлень і інтерпретацій, а не на основі того, що відбувається насправді. Усвідомлення, що кожна людина має свою «карту» реальності, допомагає уникати непорозумінь, дозволяє комунікатору краще адаптувати своє повідомлення до сприйняття іншої людини, враховуючи її погляди, переконання і досвід.

2. За будь-якою поведінкою стоїть позитивний намір або бажання досягти чогось корисного для себе. Це не означає, що поведінка завжди є ефективною або конструктивною, але намір за нею є позитивним. Розуміння того, що за кожною поведінкою стоїть позитивний намір, дозволяє побудувати більш конструктивний діалог, уникати конфліктів і шукати спільні точки дотику.

3. Кожна людина має внутрішні ресурси (знання, навички, здібності) для того, щоб досягти своїх цілей або змінити своє життя на краще. Ця пресупозиція допомагає спілкуватися з упевненістю в тому, що співрозмовник здатен досягти бажаного результату, що сприяє формуванню підтримки і мотивації під час комунікації, робить її більш продуктивною і цілеспрямованою.

4. Немає поразок, є тільки зворотний зв'язок. Кожен досвід (навіть якщо він здається невдалим) несе в собі корисну інформацію для навчання і росту, отже й невдачі слід розглядати як можливості отримати новий досвід і покращити свої дії в майбутньому, вони перестають сприйматися як кінцевий результат, а стають частиною шляху до успіху. Такий підхід до комунікації дозволяє замість того, щоб визнавати поразку, підкреслити, що ситуація дала цінний зворотний зв'язок, який дозволить покращити майбутні дії. Це сприяє створенню іміджу людини, яка не боїться змінюватися і вчитися.

5. Ефективність спілкування оцінюється тим, яку відповідь ви отримуєте, незалежно від вашого наміру. Це підкреслює важливість зворотного зв'язку і



допомагає зрозуміти, наскільки ефективно було передано повідомлення. Якщо відповідь не відповідає очікуванням, це сигнал для зміни підходу до спілкування, що робить комунікацію більш адаптивною і результативною.

6. Якщо хтось здатний на певну дію або досягнення, інші також можуть навчитися цьому за допомогою відповідного моделювання і тренувань. Пресупозиція виходить з твердження, що всі люди мають потенціал до навчання і самовдосконалення, незалежно від початкового рівня знань або досвіду. У сфері політичної комунікації її можна використовувати, щоб підкреслити реалістичність досягнення загальних цілей, як-от: успіхи інших країн у певній сфері можуть бути відтворені за допомогою інституційного реформування і впровадження відповідних практик.

7. Гнучкість – ключ до контролю, здатність пристосовуватися до нових умов, змінювати свою поведінку і шукати альтернативні шляхи дій дає можливість краще контролювати ситуацію та досягати своїх цілей. Чим більше варіантів реагування або діяльності є, тим більша ймовірність знайти ефективне рішення у складних або непередбачуваних ситуаціях. Так, гнучкість і адаптивність дозволяють політичним акторам реагувати на швидкі зміни у суспільних настроях, економічних умовах, чи міжнародній політичній обстановці, що робить їх здатними швидко змінювати свої стратегії, корегувати повідомлення і, відтак, зберегти стійкість в умовах кризи.

8. Раппорт – основа ефективної комунікації. Так, підкреслюється важливість встановлення стану взаємного розуміння та довіри між співрозмовниками для успішного спілкування. Раппорт є фундаментальною умовою, що дозволяє комунікації бути більш відкритою, продуктивною та результативною, він виникає, коли співрозмовники відчують, що їхні думки, почуття і переконання сприймаються та визнаються іншою стороною. Це своєрідна «синхронізація» на емоційному і когнітивному рівнях, яка створює

комфортне середовище для обміну інформацією. У стані раппорту можливо легше переконувати аудиторію, залучати підтримку і мобілізувати громадськість на дії.

9. Кожна людина робить найкращий вибір із доступних їй на даний момент. Люди завжди приймають рішення на основі наявної інформації і можливостей у конкретний проміжок часу. Це рішення може не бути ідеальним, але воно є найкращим з можливих у даній ситуації. Таке переконання дозволяє уникати осуду і краще розуміти мотивацію інших людей, що створює підґрунтя для конструктивного діалогу.

10. Тіло і розум – частини єдиної системи. Фізичний стан і ментальні процеси взаємопов'язані та впливають одне на одного. Зміна одного елемента цієї системи може призвести до зміни іншого. У комунікації можливим є використання мови тіла (жестів, міміки, постави) для посилення своїх меседжів та створення більшої довіри серед аудиторії. Крім того, знання про єдність тіла і розуму допомагає краще синхронізуватися з аудиторією. Так, віддзеркалювання певних аспектів поведінки (наприклад, ритму мови чи міміки) допоможе створити раппорт, покращити взаєморозуміння і зробити комунікацію більш ефективною. На масових заходах (мітингах, зібраннях) атмосфера, музика, рухи, і навіть фізична близькість учасників можуть створювати відчуття єдності і енергії, що підсилює політичний меседж і мобілізує людей на дії.

Як вже було зазначено, однією з базових категорій НЛП є «раппорт», для його створення важливо встановити емоційний і фізичний зв'язок з іншою людиною. Раппорт є першою ланкою моделі побудови довіри та впливу або моделі ефективної комунікації [122, с. 44]. Наступними послідовними елементами є «підстроювання» та «ведення» [28, с. 133]. Підстроювання – це процес адаптації поведінки, мови, жестів, темпу мови або інших аспектів комунікації до поведінки співрозмовника, задля того, щоб створити відчуття схожості і довіри. Підстроювання може бути здійснене через віддзеркалювання (копіювання) невербальних сигналів співрозмовника (жести, пози, міміка), а

також адаптацію до його мовних зворотів та ритму мови. Цей процес допомагає підсилити раппорт, підвищуючи рівень довіри та взаєморозуміння.

Ведення – це наступний крок після підстроювання, коли людина починає керувати діалогом або поведінкою співрозмовника, використовуючи встановлений раппорт. Ведення дозволяє направляти комунікацію у бажаному напрямку. Це може стосуватися як теми розмови, так і темпу або тону мови.

Важливим компонентом комунікації в НЛП є калібрування – процес спостереження і аналізу фізичних проявів і поведінки людини для розуміння її внутрішніх станів і процесів [27]. Калібрування включає в себе спостереження за невербальними сигналами, такими як міміка, жести, постава, тембр голосу, швидкість мовлення та інші фізичні прояви. На основі спостережень можна робити висновки про внутрішні емоційні або когнітивні стани людини, такі як радість, стрес, задоволення або непевність. Знання про внутрішній стан співрозмовника дозволяє краще адаптувати стратегію та стиль комунікації для покращення ефективності комунікації.

Система VAKOG є ключовою концепцією для розуміння того, як люди сприймають і обробляють інформацію через свої сенсорні системи [116]. VAKOG є акронімом, що позначає п'ять основних каналів сприйняття: V – visual (візуальний); A – auditory (аудіальний); K – kinesthetic (кінестетичний); O – olfactory (ольфакторний); G – gustatory (густаторний) [49, с. 11]. Для ефективної комунікації важливо визначити, через який канал людина сприймає інформацію, і налаштувати своє повідомлення відповідно.

Якоря і якоріння також складають основу методології НЛП [108]. Якоря – це специфічні стимули або тригери, які асоціюються з певними емоційними або психологічними станами. Вони можуть бути візуальними (наприклад, кольорові зображення), аудіальними (наприклад, звуки або музика), кінестетичними (наприклад, дотики), ольфакторними (наприклад, запахи) або густаторними (наприклад, смаки). Важливо, щоб під час якоріння стимул (якір) був чітко

асоційований з певним станом через той самий сенсорний канал. Якоря працюють на основі умовного рефлексу. Коли стимул (якір) повторюється разом з певним емоційним або психологічним станом, він може викликати цей стан самостійно, навіть без первісного контексту.

Якоріння – це процес встановлення або активації якоря, який може включати створення нових якорів або зміну налаштування існуючих, щоб вони викликали бажані стани або реакції. Під час якоріння повторюється асоціація між стимулом і емоційним станом, що допомагає закріпити цей зв'язок у підсвідомості [106].

Нами було здійснено спробу застосувати положення про систему VAKOG, якоря та якоріння щодо політичної комунікації і змодельовати впровадження цих інструментів в рамках політичної кампанії (Додаток 1).

Концепція фільтрів сприйняття в НЛП має важливе значення для розуміння того, як люди інтерпретують і обробляють інформацію під час взаємодії. Ці фільтри, включаючи переконання, цінності, минулий досвід та емоційні стани, формують те, як люди сприймають навколишній світ, і впливають на їхній стиль спілкування. Визнаючи та розуміючи ці фільтри, люди можуть краще усвідомлювати свої упередження та обмеження, що дозволяє їм відповідно коригувати свої комунікаційні стратегії. Зрештою, оволодіння розумінням цих фільтрів і маніпулювання ними може призвести до більш ефективного та успішного спілкування в усіх аспектах життя [128, с. 23]. Означена концепція є значущою для політичної комунікації, оскільки її практичне застосування дозволяє політичним акторам краще розуміти та впливати на аудиторію. Врахування унікальних переконань, цінностей, емоційних станів та минулого досвіду окремих категорій населення чи конкретного адресата інформації дозволяє персоналізувати повідомлення, що сприяє резонансу і, відтак, підвищує ефективність впливу. Це також сприяє зниженню ризиків непорозумінь, мінімізує конфлікти, і допомагає будувати довгострокові відносини, засновані на довірі.

Зрештою, вибудовування комунікації на основі усвідомлення концепції фільтрів сприйняття є стратегічним інструментом, що дозволяє формувати громадську думку і контролювати політичний дискурс.

Таким чином, визначено, що НЛП – це міждисциплінарний підхід, який поєднує елементи психології, лінгвістики та нейронауки для розуміння й модифікації поведінки та мислення людей. НЛП зосереджується на зв'язку між неврологічними процесами, мовою та поведінкою, припускаючи, що за допомогою мови та мислення, можна впливати на емоції, переконання, результати діяльності та досяжність цілей.

Огляд положень про формування підходу НЛП дозволяє констатувати, що НЛП було розроблено у 1970-х роках Р. Бендлером і Дж. Гріндером, які досліджували успішні моделі поведінки видатних психотерапевтів. Їхньою метою було створення методології, яка б дозволила будь-кому розвинути подібні навички та досягати аналогічних результатів. Протягом десятиліть НЛП зазнало значної еволюції, від класичної моделі до сучасних версій, що враховують нові наукові відкриття. Хоча НЛП здобуло популярність у багатьох сферах, воно також зазнало критики через недостатність наукових доказів та його спірне застосування. Попри це, НЛП продовжує розвиватися і знаходить застосування в різних галузях, таких як психотерапія, бізнес, освіта, маркетинг, менеджмент, політика та особистісний розвиток.

Методологія НЛП включає моделювання успішної поведінки та використання спеціальних технік для змін у мисленні та поведінці. Окрема увага була приділена пресупозиціям НЛП, які являють собою вихідні припущення або базові переконання, що лежать в основі спілкування та впливають на те, як люди сприймають, інтерпретують та реагують на інформацію. Вони допомагають встановити рамки для взаємодії, впливу на мислення та поведінку, а також сприяють ефективній комунікації, навчанню та змінам.

Встановлено, що НЛП у політичній комунікації охоплює широкий спектр застосування, від управління політичними кампаніями до впливу на громадську думку і вирішення соціальних конфліктів. Цей підхід дозволяє не лише досягати тактичних цілей, але й стратегічно формувати довготривалі зміни у політичній свідомості та поведінці аудиторії.

### **3.2. НЛП як інструмент політико-комунікативного впливу на суспільну свідомість в умовах невизначеності, спричиненої воєнними діями в Україні**

В умовах воєнних дій в Україні, коли суспільство перебуває у стані глибокої невизначеності та емоційного напруження, питання впливу на масову свідомість набувають особливої актуальності. В рамках політичної комунікації за таких умов здійснюється не лише інформування, але й формування суспільних настроїв, управління конфліктами та мобілізація населення на виконання важливих завдань.

Одним із найбільш ефективних засобів політико-комунікативного впливу є НЛП – підхід, який дозволяє впливати на сприйняття, переконання та поведінку людей за допомогою мовленнєвих моделей. У контексті війни, коли емоційний стан членів суспільства надзвичайно вразливий, НЛП може використовуватися як для зміцнення морального духу нації, так і для маніпуляції громадською думкою.

Розуміння ролі НЛП в політичній комунікації під час воєнних дій стає критично важливим для аналізу сучасних політичних процесів в Україні та виявлення тих механізмів, за допомогою яких можливо впливати на суспільну свідомість, формувати національну ідентичність та управляти соціальними настроями в умовах глибокої невизначеності.

Невизначеність є складним явищем, що може бути об'єктивованим у дискурсі та водночас виступати елементом контексту, в якому розгортається

соціальна дія. Невизначеність у дискурсі може бути репрезентована через використання певних лінгвістичних засобів, таких як розмиті поняття (наприклад, «можливо», «ймовірно», «деякі»), невизначені модальності (висловлювання, що вказують на ймовірність або можливість певної події, без твердої впевненості); риторичні питання (які натякають на відсутність певності в знаннях або ситуації); гіпотетичні висловлювання (якщо/то конструкти, що передбачають можливість різних результатів). Об'єктивація невизначеності в дискурсі сприяє створенню сприйняття складності або двозначності ситуації серед учасників комунікації, що може впливати на їхню поведінку, рішення та соціальну взаємодію. В цьому аспекті методологія НЛП може бути використана як інструмент управління сприйняттям невизначеності та моделювання комунікативних стратегій у контексті соціальної дії.

М. Матейова та А. Шестерініна звертають увагу, що невизначеність є явищем, яке вивчалось в рамках певних тем, як-от державних рішень і політики щодо безпеки критичної інфраструктури; ядерної енергетики; відновлюваних джерел енергії; впливу зміни клімату та комунікації; поширення нових хвороб; міграції та безпеки кордонів; науково-технічного прогресу; торгових переговорів; приватних інвестицій; обмінних курсів; дипломатичних відносин; інститутів та процесів управління. Ці типи досліджень часто зосереджуються на невизначеності деяких природних екологічних або соціальних процесів глобального значення [99]. Означені автори зазначають, що раціоналістичний та інституціоналістичний підходи зосереджуються на невизначеності майбутніх результатів, наприклад результатів конфлікту, а не на досвіді невизначеності в розпал конфлікту, а також, зосереджуються на існуючих та повторюваних проблемах, таких як війна, не звертаючи особливої уваги на проблеми, які поступово розвиваються в сьогоденні, наприклад, у сфері навколишнього середовища. Конструктивістський і критичний підходи до невизначеності

пропонують альтернативні точки зору, приділяючи більше уваги виробництву знань, проведенню досліджень [99].

М. Матейова та А. Шестериніна пропонують виокремлювати дві форми невизначеності: епістемічну та онтологічну. Різновидом онтологічної невизначеності називають надзвичайну невизначеність, яка характеризує раптові трансформаційні події, які значною мірою руйнують повсякденне життя, незалежно від того, чим зумовлено їх походження [99]. На нашу думку, невизначеність, спричинену воєнними діями в Україні, можна віднести до надзвичайної онтологічної невизначеності, що підкреслює масштаб і глибину дестабілізації, спричиненої воєнними діями. Вона вказує на те, що ця невизначеність не просто викликає тимчасові труднощі, а радикально змінює повсякденне життя, підриває базові структури суспільства та створює нові виклики.

Б. Віс на основі даних емпіричного дослідження обґрунтовано наявність шести типів реакцій політичних еліт на невизначені явища. Так, ігноруванню феномену невизначеності кореспондує стратегія уникнення. Зазначається, що політики можуть ігнорувати радикально або вирішальна невизначене явище, лише якщо воно не включено до порядку денного політичної чи партійної системи. Залученість до феномену невизначеності може реалізовуватися за такими стратегіями: 1. применшування невизначеності; 2. всеосяжності або комплексності; 3. прагматизму; 4. евристичності, 5. опортунізму [145].

В науковій літературі відзначається, що невизначеність може породжувати страх, тривогу та замкненість, а також може бути пов'язана зі зростанням регресивного, авторитарного популізму, пошуком прибутків і ренти капіталу та захопленням влади елітами. Але невизначеність може також породжувати надію, творчість, допитливість, підприємництво, відкриття, інновації, – а отже можливості для демократичних перетворень [139, с. 20].



У соціальному контексті невизначеність часто є ключовим фактором, який впливає на процес прийняття рішень та поведінку людей чи груп. Невизначеність може виникати внаслідок недостатності інформації щодо певної ситуації або події, зміни обставин, які ускладнюють передбачення наслідків дій, складності, неоднозначності або небезпечності середовища. У такій обстановці НЛП може використовуватися для того, щоб формувати сприйняття невизначеності та маніпулювати свідомістю людей, зокрема, для досягнення політичних або соціальних цілей. Так, наприклад, за допомогою НЛП можна підсилити відчуття невизначеності у суспільстві через використання специфічних лінгвістичних конструкцій, які натякають на небезпеку, складність або непередбачуваність. Це може посилити тривогу, страх або занепокоєння серед населення.

Вбачаємо за необхідне розглянути методологічний інструментарій НЛП, який може бути використано для впливу на масову свідомість в умовах невизначеності, спричиненої воєнними діями в Україні.

Модель ROLE в НЛП представляє структуру для аналізу і зміни досвіду та поведінки людини через чотири основні компоненти: репрезентативні системи (representational systems), орієнтація (orientation), зв'язки (links) та ефект (effect) [75, с. 289]. Розглянемо кожен елементів докладніше.

Репрезентативні системи – це системи, через які людина сприймає і кодує інформацію про світ. В НЛП виділяють кілька основних репрезентативних систем: візуальна (орієнтація на зорові образи, уявлення та візуальну інформацію); аудіальна (сприйняття інформації через звуки та мовлення); кінестетична (відчуття та фізичні відчуття, що пов'язані з рухом, дотиком і емоціями); аудіально-дігитальна (внутрішній діалог, міркування та логічний аналіз); ольфакторна (сприйняття запахів). Наприклад, можливим є використання яскравих візуальних символів – прапорів, картинок або кольорів, що асоціюються з певною ідеологією або політичною силою, може викликати емоційний відгук;

гасел, слоганів і музики, які залишаються в пам'яті та викликають певні емоції, можуть впливати на думки і почуття людей.

Орієнтація – цей компонент стосується фокусу людини на певних аспектах свого досвіду: часова орієнтація (орієнтація на минуле, теперішнє або майбутнє); орієнтація на внутрішній або зовнішній світ (фокусування на власних внутрішніх переживаннях або на зовнішніх подіях і реакціях інших людей). Вказуючи на загрози з минулого або обіцянки кращого майбутнього, політики можуть маніпулювати страхом або надією людей. Стимулювання у людей почуття небезпеки або зовнішнього тиску може змусити їх зосередитись на зовнішніх загрозах, відволікаючи увагу від внутрішніх проблем.

Зв'язки – це зв'язки між різними елементами досвіду, які формують реакції та поведінку: асоціації (як людина асоціює один досвід з іншим, наприклад, певні слова можуть викликати конкретні емоції або спогади); тригери (пецифічні стимули, які викликають автоматичні реакції або емоції, наприклад, певний звук може викликати у людини почуття тривоги через попередній негативний досвід). Наприклад, часто повторюючи в одному контексті певні слова чи образи (як-от, асоціюючи опозицію з «хаосом»), політичні маніпулятори можуть створити міцні зв'язки в уяві аудиторії. Тригерами можуть бути національні символи або певні події, щоб викликати автоматичні патріотичні або негативні реакції в аудиторії.

Ефект – цей компонент відображає кінцевий результат або вплив певних моделей поведінки чи мислення на людину: емоційний ефект; поведінковий; результати в житті.

Якщо змоделювати застосування моделі ROLE задля політичного маніпулювання, то: політична сила може використовувати візуальні образи (прапори, символіку) разом з аудіальними повідомленнями (сильні слогани) для створення асоціацій між своєю партією і національною гордістю. Водночас вона може зосередити орієнтацію своєї аудиторії на загрозах з минулого або обіцянках про краще майбутнє, щоб викликати емоційний ефект надії або страху. Все це

може призвести до бажаного поведінкового ефекту, наприклад, збільшення підтримки на виборах.

Модель SCORE – це інструмент, який використовується в нейролінгвістичному програмуванні (НЛП) для структурованого аналізу проблем та цілей. SCORE — це аббревіатура, яка розшифровується як Symptoms (Симптоми), Causes (Причини), Outcomes (Результати), Resources (Ресурси) та Effects (Ефекти) [75]. Ця модель допомагає зрозуміти поточну ситуацію та визначити кроки, які необхідно зробити для досягнення бажаного результату. Означена модель може бути ефективно використана й для політичного маніпулювання. Так, задля створення зрозумілого і привабливого наратива, який керує суспільними емоціями та переконаннями, елементи моделі можуть бути представлені в такий спосіб:

1. Symptoms (симптоми): виявлення і підкреслення поточних проблем у суспільстві (економічна криза, безробіття).
2. Causes (причини): призначення винних або визначення факторів, що призвели до цих проблем (дії опозиції, міжнародний вплив).
3. Outcomes (результати): пропонування бажаного сценарію, який вирішить ці проблеми (економічне зростання, соціальна стабільність).
4. Resources (ресурси): представлення ресурсів і стратегій, необхідних для досягнення результатів (політика партії, лідери).
5. Effects (ефекти): підкреслення позитивних довгострокових наслідків, щоб мотивувати підтримку (покращене життя, стабільність).

Модель BAGEL включає п'ять елементів: body posture, поза (положення тіла, використовується для інтерпретації внутрішнього стану людини та як інструмент зміни цього стану); accessing cues, ключі доступу (зовнішні сигнали, які свідчать про спосіб обробки інформації (наприклад, рухи очей, положення голови)); gestures, жести (невербальна комунікація, що відображає мислення або емоції); eye movements, рухи очей (вказують на сенсорні канали, через які людина

отримує інформацію (візуальні, аудіальні, кінестетичні)); language patterns, мовні патерни (вживані слова і фрази відображають внутрішній світ людини та її переконання) [40]. Ці елементи утворюють систему, яка може бути використана для управління сприйняттям і поведінкою людини через спостереження і вплив на невербальні та вербальні сигнали.

У політичній комунікації модель BAGEL дозволяє, наприклад, формувати привабливий і впливовий образ політичного лідера. Так, політики можуть використовувати певні пози для вираження сили, впевненості або привітності, щоб викликати довіру та повагу у аудиторії. Спостереження за ключами доступу опонентів у комунікації дозволяє зрозуміти їх реакцію і відповідним чином змінювати стратегію впливу. Використання жестикуляції сприяє підсиленню або послабленню повідомлень. Аналіз руху очей дозволяє керувати сприйняттям, контроль зорового контакту допомагає створити відчуття близькості або домінування. Зрештою, спеціально підібрані слова та фрази викликають потрібні емоції та асоціації.

Модель неврологічних рівнів в НЛП, розроблена Р. Ділтсом, структурована навколо шести рівнів, кожен з яких відповідає за різні аспекти людського досвіду і поведінки: середовище (предмети, обстановка, ландшафт, люди – зовнішні умови, обставини, де і коли щось відбувається); поведінка (рівень конкретних дій, що відбуваються в середовищі); здібності (рівень навичок, знань і можливостей, які дозволяють здійснювати певні дії); переконання і цінності (рівень переконань, які визначають, чому ми робимо ті чи інші дії); ідентичність (рівень самовизначення, того, ким людина або група себе вважає); місія (найвищий рівень, який стосується сенсу життя, більш широких цілей та безпосередньо місії) [67, с. 209]. Рівні піраміди взаємопов'язані та впливають один на одного, створюючи системний підхід до розуміння людського досвіду [127, с. 34]. Кожен рівень піраміди (середовище, поведінка, здібності, переконання та цінності, ідентичність, місія) є частиною системи особистості. Конгруентність – це явище,

що відслідковується з точки зору нейрологічних рівнів: якщо у зміст одного рівня узгоджується з іншими, то забезпечується цілісність і конгруентність [120, с. 417]. Наприклад, коли ідентичність «політичний діяч» не узгоджується з поведінкою, яка є несумісною з відповідним правовим статусом, то йдеться про не конгруентність, тобто про невідповідність між неврологічними рівнями, наслідками чого може бути підірваний авторитет, сумніви громадськості щодо компетентності або навіть втрата політичної кар'єри. В свою чергу, зміни на одному рівні можуть мати каскадний ефект щодо інших рівнів. Наприклад, якщо змінюються переконання (рівень переконань і цінностей), це може вплинути на поведінку людини, її здібності, а також на те, як вона сприймає свою ідентичність і місію.

Вбачаємо, що ця модель може бути ефективно використана для формування політичних наративів, оскільки вона дозволяє створювати потужні та впливові повідомлення, що відгукуються на різних рівнях свідомості людини.

Якщо описати цей процес як алгоритм конструювання політичного наративу, і проілюструвати його на кожному з означених рівнів – елементів піраміди неврологічних рівнів, то:

1. Середовище. Необхідно описати економічну ситуацію в країні, соціальні умови, екологічний стан або рівень безпеки. Це дозволяє створити відчуття терміновості або необхідності змін у певній сфері.

2. Поведінка. Опис конкретних дій, які потрібно здійснити для покращення ситуації, або критикувати поведінку опонентів, демонструвати, як дії або бездіяльність впливають на ситуацію.

3. Здібності. Ілюстрація наявності необхідних навичок та знань для досягнення успіху щодо вирішення проблеми.

4. Цінності та переконання. Відображення основних цінностей та переконань, що поділяються з виборцями задля формування емоційного зв'язку і мотивування людей до дій.

5. Ідентичність. Апелювання до ідентичності виборців, задля формування уявлення про те, хто вони є або ким вони можуть стати. Це може бути патріотизм, відчуття єдності або приналежності до певної соціальної групи.

6. Місія. Конструювання глобальних цілей та вищої мети, яка виходить за межі особистих інтересів. Це може бути ідея національного відродження, боротьби за глобальну справедливість або збереження планети для майбутніх поколінь.

Створення гасел або переконань, заснованих на змішуванні різних рівнів піраміди Ділтса, дозволяє сформулювати короткі, але глибокі повідомлення, які апелюють до різних аспектів свідомості людини. Приклади такого конструювання представлено у вигляді таблиці (Додаток 2) .

Крім того, означену модель можна використати для проведення ефективної передвиборчої кампанії, створення привабливого образу політичної сили або лідера, взявши за основу усереднений портрет представника електорату.

Мілтон-модель є набором мовних патернів, розроблених на основі спостережень за роботою Мілтона Еріксона, відомого американського психотерапевта і гіпнотерапевта. Ця модель використовується для мовлення, яке є навмисно неоднозначним, абстрактним та гнучким. Вона спрямована на те, щоб обійти свідомі бар'єри мислення людини і викликати у підсвідомості бажані зміни. Мілтон-модель дозволяє створювати мовні патерни, що ведуть до трансових станів і полегшують інтеграцію нових ідей [40]. Основними техніками Мілтон-моделі є [112]:

1. Використання загальних або абстрактних іменників, які не уточнюють, що конкретно мається на увазі. Це дозволяє створювати загальні висловлювання, що можуть бути інтерпретовані різними способами, в залежності від контексту або слухача. Наприклад, «Зміни потрібні для всіх сфер життя». Наприклад, «Цей законопроект принесе користь суспільству», – неконкретизовано, для кого саме буде користь.

2. Використання займенників, які не уточнюють, хто саме чи що саме мається на увазі. Це сприяє невизначеності та дозволяє уникати конкретики в повідомленні. Наприклад, «Вони хочуть дестабілізувати ситуацію», – займенник «вони» не уточнює, про кого саме йдеться.

3. Використання дієслів, які не конкретизують дію або її характер, залишаючи слухачу можливість для власної інтерпретації того, що саме мається на увазі. Наприклад, «Ми будемо працювати над покращенням ситуації» – незрозуміло, які саме дії будуть виконані.

4. Номіналізації – перетворення процесів або дій у іменники, що робить їх абстрактними і менш конкретними. Це створює враження фіксованих ідей або концепцій, які не потребують подальшого пояснення. Наприклад, «Зміцнення міжнародних відносин має вирішальне значення», – номіналізація «зміцнення» створює абстрактну ідею замість опису конкретних дій або стратегій, спрямованих на покращення міжнародних відносин.

5. Модальні оператори можливості – це слова, які виражають можливість або здатність до виконання дії, але не гарантують результату. Вони залишають простір для сумнівів або варіантів. Наприклад, «Ми можемо змінити хід подій», – йдеться про можливість, але не впевненість.

6. Модальні оператори необхідності – слова, які виражають необхідність або зобов'язання виконати дію. Вони створюють враження тиску або невідворотності. Наприклад, «Ми повинні негайно діяти», – створюється відчуття терміновості та необхідності.

7. Квантори загальності – використання слів, які стверджують або заперечують щось у загальному, без винятків. Це може створювати враження універсальної істини, навіть якщо це не так. Наприклад, «Усі підтримують цей закон», – стверджується, що немає винятків.

8. Втрачений перформатив, твердження або повідомлення, які не вказують, хто є джерелом думки або дії. Це робить повідомлення більш абстрактним і

зменшує відповідальність за висловлене. Наприклад, «Очевидно, що цей кандидат є найкращим вибором», – використання слова «очевидно» передбачає, що це загально визнана істина, проте не зрозуміло, хто саме дійшов такого висновку.

9. Порівняння з замовчуванням, використання порівнянь, які не уточнюють, з чим саме порівнюється об'єкт. Це створює можливість для спотворення або неправдивих висновків. Наприклад, «Цей план кращий», – не зрозуміло, кращий за що або за який.

10. Читання думок – є патерном, який використовується для створення враження, що той, хто говорить, знає думки або внутрішній стан іншої людини без прямого підтвердження цього з боку співрозмовника. Наприклад, «Розумію, що ви відчуваєте розчарування через відсутність реформ», – у такий спосіб здійснюється спроба відображення емоцій для створення атмосфери розуміння, що може допомогти у формуванні довіри та підтримки.

11. Причинно-наслідковий зв'язок (якщо А, то Б). Це припущення, що одне явище автоматично призводить до іншого, що допомагає створювати логічні зв'язки і пояснення в комунікації. Наприклад, «Якщо ми розширимо доступ до соціальних послуг, це дозволить людям з низьким рівнем доходу покращити якість свого життя», – в даному випадку використання причинно-наслідкового зв'язку слугує обґрунтуванням необхідності впровадження законодавчих змін.

12. Комплексний еквівалент ( $A=B$ ) передбачає використання абстрактних або узагальнюючих термінів для створення зв'язків між явищами з тим, аби створити враження, що одне поняття є рівнозначним іншому. Наприклад, «Соціальна підтримка – стабільність у суспільстві», – соціальна підтримка визначається як еквівалент стабільності в суспільстві, що підкреслює важливість підтримки соціально незахищених верств населення для загальної стабільності.

13. Опис частини полягає у використанні мовленнєвих конструкцій, що описують лише частину цілого явища, залишаючи іншу частину невизначеною



або недомовленою. Це створює простір для інтерпретації слухачем, а також дозволяє контролювати напрямок мислення аудиторії, не вдаючись до конкретики. Наприклад, «Наша програма допомагає тисячам сімей отримувати підтримку», – підкреслюється лише кількість сімей, що отримують допомогу, без згадки про те, чи є ця підтримка достатньою або справедливою, увага аудиторії зосереджується на кількості отримувачів, а не на якості або ефективності допомоги.

14. Втрата референтного індексу передбачає використання висловлювань, в яких не вказується, хто або що саме є джерелом інформації чи дії. Це створює невизначеність щодо суб'єкта мовлення або джерела дії, дозволяючи робити узагальнені або двозначні заяви, які складніше перевірити або спростувати. Наприклад, «Багато хто вважає, що зміни потрібні негайно», – немає вказівки, хто саме це вважає, що дозволяє заявляти про існування суспільного запиту на зміни без конкретних доказів, що може створити у слухачів враження, що існує масова підтримка або запит на певні дії.

Таким чином, Мілтон-модель використовує загальні, двозначні та метафоричні висловлювання для створення гнучких умов для сприйняття і впливу на свідомість співрозмовника. У таблиці представлено результати контент-аналізу заголовків статей в інтернет-виданнях Focus.ua, Детектор медіа (Інтернет-видання «MEDIASAPIENS»), Korrespondent.net, UNIAN.NET на предмет використання патернів Мілтон-моделі. Зауважимо, що заголовки сформульовано за допомогою комплексу патернів, але приклади слугують ілюстрації конкретних з них (Додаток 3).

Протилежним підходом щодо Мілтон-моделі є Мета модель мови, яка спрямована на розширення розуміння і уточнення інформації [112, с. 90]. Її основна мета – зменшити двозначність, виявити приховані обмеження у мовленні та мисленні людини, а також допомогти розкрити глибинні структури досвіду. Мета-модель передбачає використання конкретних запитань для того, щоб

виявити спотворення, узагальнення та упушення в мовленні. Використовуючи Мета-модель, можна виявити маніпулятивні конструкції, задаючи уточнюючі запитання, які змушують розкривати приховані значення та мотиви.

Рамка проблеми в НЛП – це підхід або спосіб мислення, при якому основна увага зосереджується на проблемі, її причинах, труднощах і негативних аспектах ситуації [25]. Коли людина мислить у рамці проблеми, вона, як правило, фокусується на тому, що не працює, що йде не так, і що спричиняє стрес або дискомфорт.

Основними характеристиками рамки проблеми є: фокус на негативному; пошук винуватця; зосередження на минулому (на минулих помилках, невдачах і причинах виникнення проблеми); безвихідь.

Рамка проблеми може бути ефективним інструментом для політичного маніпулювання, оскільки вона дозволяє спрямувати увагу людей на певні негативні аспекти ситуації або події, що викликає емоційні реакції та впливає на думки й поведінку. При цьому ігноруються або замовчуються позитивні аспекти ситуації. Наприклад, акцент уваги на потенційних загрозах, небезпеках або кризах: висвітлення економічних труднощів, зростання рівня злочинності або міграційної кризи, щоб викликати почуття страху та невпевненості. Ці емоції можуть спонукати людей підтримувати політичні сили, які пропонують «захист» від загроз. Крім того, рамка проблеми дозволяє створювати образ ворога, відповідального за всі негаразди, що сприяє консолідації підтримки навколо лідера, який пропонує захист від «ворога». Використання гіперболічних конструкцій (наприклад, слів «катастрофа», «розруха», «знищення» щодо певних подій) сприяє посиленню відчуття проблеми. Затягування обговорення певної проблеми створює враження, що вона є надзвичайно серйозною і потребує негайних дій, навіть якщо в дійсності проблема є менш значущою або штучно створеною.

Протилежним інструментом по відношенню до рамки проблеми є рамка результату. Використання рамки результату передбачає орієнтацію на досягненні позитивних цілей і бажаних результатів [152]. Сутність означеного інструменту в тому, що він допомагає зосередитися на кінцевій меті і створити чітке уявлення про те, чого потрібно досягти та які ресурси для цього необхідно залучити. Вбачаємо, що наявний значний потенціал використання рамки результату в політичній комунікації, оскільки вона може слугувати методологічним принципом вироблення комунікативної стратегії.

Метод рефреймінгу в НЛП полягає у керуванні рамкою сприйняття певної ситуації або події, щоб змінити її значення або емоційний вплив на людину. Рефреймінг передбачає переосмислення проблемної ситуації шляхом знаходження нових точок зору або інтерпретацій, які можуть виявити нові можливості або покращити ставлення до ситуації. Науковці зазначають, що рефреймінг в НЛП – це модифікація процесів мислення (аналогія та причинно-наслідковий зв'язок), модифікація ментальних карт власного образу, наукового контексту та характеру спілкування [125].

Двома основними підходами в техніці рефреймінгу є змістовний та контекстуальний. Так, змістовний рефреймінг полягає у зміні значення або інтерпретації самої події, ситуації чи переконання. Цей тип рефреймінгу фокусується на суті того, що відбувається, і передбачає переоцінку змісту для зміни емоційної реакції або ставлення. Контекстуальний рефреймінг полягає у зміні контексту, в якому розглядається подія або поведінка, що дозволяє побачити її в новому світлі. Тут акцент робиться на оточуючих умовах або обставинах, що впливають на сприйняття ситуації. Змістовний рефреймінг полягає у зміні значення або інтерпретації самої події, ситуації чи переконання. Цей тип рефреймінгу фокусується на самій суті того, що відбувається, і передбачає переоцінку його змісту для зміни емоційної реакції або ставлення до нього.

Результати наукових досліджень констатують, що використання рефреймінгу в організації допомагає як змінювати певну поведінку, так і сприяє адаптації [125].

Фокуси мови, іноді їх називають «мовними паттернами» або «мовними фокусами» – це техніки, які допомагають ефективно комунікувати, змінювати переконання, створювати мотивацію та впливати на інших людей [66]. Вони базуються на специфічному використанні мови для зміни сприйняття та когнітивних процесів [44].

1. **Намір.** Це фокус мови, який допомагає з'ясувати справжній намір або мету, що стоїть за діями чи переконаннями іншої людини. Він передбачає запитання про те, чого насправді хоче досягти співрозмовник, і допомагає перенаправити увагу з конкретної проблеми на її корінну причину. Наприклад, «Коли наш опонент каже, що виступає за зниження податків, чи не намагається він лише захистити інтереси великого бізнесу?». Крім того, ця техніка дозволяє направити увагу співрозмовника на певний намір, який бажано, щоб він прийняв або реалізував. Наприклад, «Ми розуміємо, що ці зміни можуть бути важкими, але наш намір – створити економічну стабільність і процвітання для наших дітей та майбутніх поколінь. Ці реформи – інвестиція у ваше майбутнє».

2. **Зміна визначення.** Є технікою, яка полягає у зміні або переосмисленні значення певного слова, фрази чи поняття для досягнення іншого ефекту або кращого розуміння ситуації. Сутність цієї техніки полягає в тому, щоб надати нове, інше визначення або трактування певного терміну чи ситуації, що може змінити сприйняття та реакцію на них. Наприклад, «Це не скорочення соціальних програм, а оптимізація державних витрат для забезпечення стабільності».

3. **Наслідки.** Фокус мови, який підкреслює майбутні наслідки певних дій або рішень, допомагаючи переконати реципієнтів у правильності або хибності певного курсу. Наприклад, «Якщо ми не приймемо цю реформу зараз, через кілька років наша економіка може опинитися на межі колапсу».

4. Розділення. Полягає в розділенні одного загального поняття, явища або ситуації на кілька частин для кращого розуміння, оцінки або вирішення проблеми. Спрямоване на те, щоб розглядати складні або неоднозначні питання через призму окремих аспектів, що дозволяє виявити нові підходи або зменшити негативний вплив певного аспекту ситуації. Наприклад, «Соціальна нерівність – це важлива проблема. Давайте розділимо це питання на частини: чи мова йде про доступ до освіти, охорони здоров'я, чи можливості працевлаштування? Ми працюємо над кожним із цих аспектів, і можемо обговорити їх окремо».

5. Об'єднання. Використовується для створення узагальненої точки зору, що дозволяє об'єднати різні думки, підходи або цінності, і представити їх як частину більшої цілісності. Наприклад, «Наші опоненти критикують деталі, але головне – ми працюємо заради добробуту всього народу».

6. Інший результат. Застосовується для того, щоб змінити або розширити перспективу людини, показуючи можливість досягнення іншого, часто більш бажаного, результату. Цей фокус мови спрямований на те, щоб звернути увагу на інші можливості або наслідки дій, які раніше не розглядалися, що може змінити підхід до ситуації або погляд на проблему. Наприклад, «Зростання цін на енергоносії спонукає нас швидше переходити на відновлювані джерела енергії, що зробить нас менш залежними від імпорту».

7. Аналогія. Є технікою, яка використовує порівняння двох різних ситуацій або явищ для пояснення або підсилення аргументації. Сутність цього фокусу мови полягає в тому, щоб знайти подібності між двома випадками, навіть якщо вони, на перший погляд, можуть здаватися непов'язаними, і на основі цього порівняння зробити висновки або обґрунтувати певну точку зору. Наприклад, «Впровадження нових політичних реформ без належної підготовки — це як ремонтувати будинок без попереднього планування. Без правильного підходу результати можуть бути непередбачуваними і навіть негативними».

8. Застосування до себе. Дозволяє критично оцінити переконання, висловлене в комунікації, шляхом перевірки його універсальності та послідовності. Сутність цього фокусу мови полягає в тому, щоб застосувати висловлене переконання або правило до самого його автора чи до інших людей, тим самим перевіряючи, чи залишається воно логічним, справедливим і послідовним. Наприклад, «Якщо наш опонент вважає, що підвищення мінімальної зарплати – погана ідея, то чи готовий він сам жити на мінімальну зарплату?»»

9. Модель світу. В основі техніки лежить припущення, що кожна людина має свою унікальну модель світу, яка формується на основі її досвіду, цінностей, переконань і культурного контексту. Ефективна комунікація передбачає визнання і повагу до моделі світу іншої людини. Для того щоб бути зрозумілим і переконливим, потрібно адаптувати свої повідомлення до моделі світу співрозмовника. Це може включати вибір відповідних слів, аргументів та підходів, які резонують з його сприйняттям реальності. Наприклад, «Для когось це лише політична гра, але для пересічних громадян це питання виживання».

10. Стратегія реальності. Фокус мови, який апелює до фактів і реальності, щоб підкріпити свої аргументи та зменшити вплив суперечливих заяв опонентів. Наприклад, «Подивімося на цифри: безробіття знизилося, і це факт, що свідчить про ефективність нашої економічної політики».

11. Метафрейм. Полягає у зміні контексту або рамки, в якій розглядається певна ситуація, проблема чи переконання. Це дозволяє по-новому оцінити ситуацію або змінити її значення, що, в свою чергу, може змінити ставлення людини до неї. «Метафрейм» буквально означає «рамка про рамку», тобто вихід за межі поточного контексту і перегляд його з іншої перспективи. «Так, це складне рішення, але воно відображає нашу готовність робити непопулярні кроки заради майбутнього».

12. Протилежний приклад. Використання прикладів, які суперечать загальним переконанням, допомагає зруйнувати аргументи опонентів. Наприклад, «Ви кажете, що політика вільного ринку завжди призводить до кризи? Але згадайте приклади успішних економік, які розквітали завдяки саме такому підходу».

13. Зміна розміру фрейму. Зміна часових або просторових рамок допомагає змінити перспективу погляду на проблему, показуючи її в іншому світлі. Наприклад, «Так, це виглядає як невелика зміна, але подумайте, які переваги це принесе наступним поколінням».

14. Ієрархія критеріїв. Перенесення уваги на більш важливі критерії або цінності, щоб знизити важливість менш значущих проблем. Наприклад, «Так, є деякі недоліки в нашій пропозиції, але головне, що вона забезпечує стабільність і безпеку для нашої країни».

На підставі наведених прикладів можна підсумувати, що фокуси мови дозволяють ефективно управляти сприйняттям та мисленням. Використовуючи такі техніки, як зміна визначення, аналогія або зміна розміру фрейму, можливо суттєво вплинути на те, як люди сприймають інформацію та до яких висновків доходять. В свою чергу, застосування фокусів мови може сприяти переконливій аргументації, техніки на кшталт наслідків, стратегії реальності та ієрархії критеріїв допомагають формувати сильні аргументи, які зосереджують увагу на важливих аспектах і можуть переконати реципієнтів у правильності позиції. Прийоми, як-от метафрейм або інший результат, показують, що зміна контексту або розширення перспективи може кардинально змінити ставлення до проблеми або ситуації.

Таким чином, взявши за основу підхід, запропонований М. Матейовою та А. Шестериніною невизначеність, спричинену воєнними діями в Україні, пропонуємо визначити як онтологічну надзвичайну через її фундаментальний вплив на обстановку дійсності, раптовість, масштаб та глибину трансформацій,

які вона спричинила у всіх сферах життя. Війна в Україні спричинила такі умови, де звичний порядок життя був зруйнований, соціальні та політичні структури дестабілізовані, а майбутнє стало надзвичайно непередбачуваним. Ця невизначеність стосується не лише конкретних подій чи рішень, а базових засад існування суспільства, його безпеки, територіальної цілісності, економічної стабільності та соціальної згуртованості. Надзвичайна невизначеність описує ситуації, які виникають раптово та мають руйнівний вплив на повсякденне життя. Війна є саме такою подією, оскільки вона різко змінила контекст існування мільйонів людей. Військові дії призвели до значних втрат, знищення інфраструктури, масової міграції, руйнування економіки та усталених соціальних зв'язків. Це створює нову реальність, до якої суспільство повинно адаптуватися, що супроводжується глибокою невизначеністю щодо майбутнього.

Політична комунікація в умовах війни стає інструментом для мобілізації населення, підтримки національної єдності та зміцнення довіри до політичного керівництва. Використання НЛП в політичному контексті може допомогти створити позитивні емоційні й когнітивні установки, що підвищують довіру до влади, зміцнюють патріотичні настрої та сприяють ефективному виконанню стратегічних завдань. Методологія НЛП може бути використана для впливу на масову свідомість з тим, щоб забезпечувати формування оптимістичних поглядів, збереження віри в перемогу, зміцнення патріотичних настроїв, зменшення впливу страху та паніки, тощо. НЛП дозволяє політичним акторам ефективно працювати з невизначеністю, надаючи суспільству чіткі орієнтири та впевненість у майбутньому. Це може передбачати формулювання меседжів, що допомагають суспільству адаптуватися до складних умов, зберігати оптимізм і віру в позитивний результат, зміцнювати національну ідентичність, формувати спільне бачення майбутнього та єдності нації, а також керування сприйняттям політичних подій, фокусування уваги на певних аспектах політичної дійсності, створення сприятливого інформаційного середовища.



НЛП надає інструменти для розробки ефективних комунікативних стратегій, що відповідають вимогам політичного контексту. Це може включати створення мовленнєвих конструкцій, які ефективно передають політичні меседжі, посилюють підтримку серед виборців, нейтралізують критику або навіть змінюють ставлення до певних політичних рішень.

Разом з тим, варто підкреслити, що НЛП може бути використано як інструмент для маніпулювання суспільною свідомістю, викривлення реальності, впливу на рішення та дії населення. Нами означено та проаналізовано ключові техніки НЛП, за допомогою яких може бути здійснено маніпулятивний вплив, що проілюстровано конкретними прикладами.

## ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження встановлено, що нейро-лінгвістичне програмування (НЛП) є міждисциплінарним підходом, який інтегрує елементи психології, лінгвістики та нейронауки, задля цілеспрямованої модифікації людської поведінки та зміни патернів мислення. Техніки НЛП ґрунтуються на припущенні про існування тісного зв'язку між неврологічними процесами (як-от сприйняття та обробка інформації мозком), мовленнєвими структурами та поведінкою людини. Визначено, що НЛП є адаптивною методологією, застосування якої в політичній комунікації, дозволяє здійснювати вплив на масову свідомість і поведінку. Використання технік НЛП дозволяє створювати переконливі політичні меседжі, адаптувати їх форму і зміст до потреб, ціннісних орієнтацій та когнітивних особливостей цільової аудиторії, що підвищує підконтрольність досягнення політичними акторами бажаної мети комунікації.

Проілюстровано, що НЛП, являючи собою технічно нейтральний інструмент, залежно від цілей комунікатора, також може виступати засобом маніпуляції суспільною свідомістю. Так, використання методології НЛП, зокрема моделей ROLE, SCORE, BAGEL, піраміди неврологічних рівнів (піраміди Ділтса), Мілтон-моделі, Метамоделі, рамки проблеми і рамки результату, рефреймінгу, фокусів мови може сприяти досягненню різних комунікативних цілей у політичному дискурсі, таких як побудова довіри завдяки структуруванню повідомлень відповідно до потреб різних соціальних груп, формування позитивного іміджу, управління емоційним станом аудиторії та сприйняттям подій, розробці і впровадженню концепцій державної політики. Разом з тим, застосування тих самих інструментів відкриває можливості для пропаганди, маніпуляцій сприйняттям, конструювання викривлених або ілюзорних образів реальності і майбутнього, когнітивних викривлень, нав'язування поглядів і поширення дезінформації. Особливої гостроти означене питання набуває в

умовах невизначеності, спричиненої воєнними діями в Україні, яку пропонуємо визначити як онтологічну надзвичайну через її фундаментальний вплив на обстановку дійсності, раптовість, масштаб та глибину трансформацій, які вона спричинила у всіх сферах життя суспільства. На тлі воєнних дій розгортається фронт інформаційних та когнітивних війн, в рамках яких методологія НЛП стає небезпечним інструментом впливу на масову свідомість і поведінку, що підкреслює значення етичного аспекту в політичній комунікації і потребу у розвитку критичного мислення і медіаграмотності реципієнтів.

За результатами проведеного дослідження запропоновано дефініції ключових понять. Так, під політичною комунікацією розуміємо процес обміну інформацією, думками, ідеями та переконаннями між різними суб'єктами політичної системи (державою, громадськими організаціями, медіа, громадянами та іншими політичними акторами) з метою формування, підтримки та реалізації політичної влади, а також впливу на суспільні настрої та поведінку.

Функції політичної комунікації пропонуємо визначити як основні напрямки впливу на соціальну дійсність, які реалізує політична комунікація в процесі взаємодії між суб'єктами політичної системи, зокрема: інформування про політичні рішення та події, формування громадської думки, мобілізація підтримки, легітимація влади, контроль та корекція політичного курсу, а також забезпечення стабільності політичної системи.

Принципи політичної комунікації визначаємо як фундаментальні правила та орієнтири, що визначають ефективність і етичність політичної комунікації, такі як відкритість, правдивість, доступність, зворотний зв'язок, відповідальність, дотримання етичних норм та врахування інтересів різних суспільних груп.

Під «моделлю політичної комунікації» вважаємо за доцільне розуміти концептуальну схему, яка відображає структуру, процеси та механізми взаємодії між політичними суб'єктами (владними структурами, громадянами, ЗМІ та

іншими учасниками політичного процесу) з метою передачі, обміну та впливу на політичну інформацію, а, зрештою, на свідомість та поведінку реципієнтів.

Під масовою політичною свідомістю розуміємо сукупність політичних переконань, уявлень, цінностей та орієнтацій, які поділяє широке коло людей у суспільстві. Масову політичну поведінку розглядаємо як сукупність колективних дій та реакцій широких верств населення, що відображають їх політичну свідомість і виявляються у формі голосування, протестів, участі в політичних кампаніях, громадянській активності тощо.

Крім того, розмежовано поняття «метод політичного маніпулювання» та «засіб політичного маніпулювання». Зокрема, встановлено, що метод політичного маніпулювання – це свого роду стратегічний підхід, що визначає загальну концепцію та напрямок дій задля впливу на громадську думку, поведінку людей або політичні процеси. Засіб політичного маніпулювання є технічним інструментом, через який реалізується обраний метод: конкретні канали, технології та ресурси, які використовуються для досягнення маніпулятивних цілей. Метод відображає інструментальний аспект політичного маніпулювання, а засіб – технічний аспект реалізації політичного маніпулювання.

В результаті аналізу положень найбільш відомих моделей політичної комунікації: моделі комунікації Г. Лассуела; моделі комунікаційного процесу Д. Гербнера; комунікаційної моделі Шеннона-Вівера; моделі комунікації Р. Якобсона; циркулярної моделі комунікації Осгуда-Шрамма; транзакційної моделі комунікації Д. Барнлунда; соціально-психологічної, симетричної моделі комунікації Т. Ньюкомба; моделі комунікації Уестлі і Макліна; спіральної моделі комунікації Ф. Данса; екологічної моделі комунікації Д. Фоулгера та підходів вітчизняних вчених О.В. Дяченко та А.А. Данько-Сліпцової, – констатовано, що кожна з вказаних концептуальних схем акцентує різні аспекти комунікаційного процесу. Цілісне розуміння явища політичної комунікації потребує інтегрування взаємодоповнюючих положень зазначених моделей.

Встановлено, що політичне маніпулювання має такі характерні ознаки: воно відбувається в рамках комунікативної практики, є складовою частиною політичних технологій та реалізується в контексті політичного процесу. Це форма впливу, що передбачає наявність суб'єкта, який здійснює маніпулювання, та об'єкта, на який цей вплив спрямований. Зазвичай політичне маніпулювання має прихований характер і здійснюється з чітко визначеною метою, пов'язаною з боротьбою за владу. Мотиви маніпуляції часто приховані, а процес її здійснення вимагає майстерного застосування маніпулятивних технік. Хоча політичне маніпулювання може мати нейтральну чи навіть позитивну оцінку, зазвичай воно сприймається негативно. До основних форм прояву політичного маніпулювання відносимо спотворення інформації, емоційний вплив, конструювання дихотомічного мислення, керування увагою, делегітимізацію опонентів і створення ілюзій, спрямованих на формування бажаного сприйняття чи поведінки аудиторії.

Визначено, що в умовах стрімкої інформатизації суспільства та перетворення медіа з посередників у передачі інформації на самостійних комунікаторів, маніпулювання набуває значущості, перетворюючись на один із провідних інструментів політичного впливу. На основі комплексного аналізу ключових теорій, що розкривають феномен масової політичної свідомості та поведінки, продемонстровано їх вразливість до маніпулятивного впливу. Так, ключові характеристики мас: анонімність, емоційна збудливість, трансформація індивідуальної особистості та сугестивність, – є передумовами ефективності цілеспрямованого впливу (Г. Лебон). Масова свідомість легко адаптується до нав'язаних ідей, якщо вони поширюються через авторитетні джерела (Г. Тард). Порушення соціальної інтеграції робить маси вразливими до маніпуляцій через підірив традиційних норм і нав'язування нових цінностей (Е. Дюркгейм). Масова свідомість є символічною структурою, що базується на культурних символах, які можуть бути цілеспрямовано використані для формування вигідних наративів і

суспільних сенсів (Е. Кассирер). Формування знань та свідомості зумовлене впливом соціального контексту (К. Маннгейм). Люди часто приймають рішення, ґрунтуючись на спостереженнях за діями інших, що може призвести до масових помилкових рішень через соціальний тиск і наслідування (С. Бікчандані, А. Банерджі). Медіа визначають, які питання стають важливими для суспільства, впливаючи на те, що вважається значущим у суспільному дискурсі (М. Маккомбс, Д. Шоу). Централізований контроль над інформацією надає можливості для створення ілюзії однаковості й просування певних ідей (Е. Бернейс). Соціальний тиск змушує людей мовчати про непопулярні думки, підтримуючи ілюзію загальної згоди (Е. Ноель-Нойман). Подання подій у певному контексті змінює їхнє сприйняття та дозволяє формувати вигідну інтерпретацію (І. Гофман). Радикальні ідеї можуть бути поступово легітимізовані через послідовну зміну акцентів у громадській думці (Концепція вікна Овертона).

Україномовну політологічну доктрину доповнено положеннями про методологічні засади НЛП. Зокрема, визначено, що важливими компонентами вибудовування комунікації з позицій НЛП є встановлення «раппорту», подальше «підстроювання» та «ведення», калібрування, врахування ключової системи сприйняття людини (концепція VAKOG), якоріння. Так, встановлення «раппорту» забезпечує емоційний зв'язок і довіру між співрозмовниками. «Підстроювання» та «ведення» використовуються для поступового впливу на поведінку співрозмовника, а калібрування дозволяє відстежувати зміни в його невербальних реакціях. Врахування ключової системи сприйняття допомагає адаптувати комунікацію відповідно до співрозмовника, а техніка «якоріння» закріплює певні емоційні або поведінкові реакції. Задля ілюстрації практичного застосування означеної методології підготовлено таблицю «Приклади якорів в НЛП за типами систем сприйняття». До основних концептуальних методик НЛП належать моделі ROLE (дозволяє аналізувати досвід та моделювати бажані зміни поведінки), SCORE (забезпечує структурований аналіз проблем і постановку цілей), BAGEL

(використовується для управління сприйняттям і поведінкою людини через спостереження за вербальними і невербальними сигналами), Піраміда неврологічних рівнів, т. зв. Піраміда Ділтса (описує різні рівні людського досвіду і сприйняття, через які людина взаємодіє з реальністю та допомагає аналізувати, як зміни на одному рівні можуть вплинути на інші аспекти особистості та поведінки), Мілтон-модель (являє собою набір технік, заснованих на мовних патернах Мілтона, сприяє навіюванню та використовуються для гнучких та ефективних комунікацій), Метамодель (інструмент з'ясування точних значень, виявлення викривлень, узагальнень та пропусків у висловлюваннях, роз'яснення неясних або суперечливих формулювань), рамка проблеми (спосіб сприйняття ситуації, що передбачає зосередження уваги на труднощах, перешкодах і обмеженнях) і рамка результату (спосіб сприйняття ситуації, орієнтований на бажаний результат, підкреслення можливостей та шляхів досягнення мети), рефреймінг (дозволяє змінити інтерпретацію ситуації або події, представляючи їх у новому контексті), фокуси мови (набір прийомів, спрямованих на зміну сприйняття, переконань, поведінки та емоційного стану людини за допомогою мови).

Отримані результати дослідження можуть бути використані в ході політичних, в тому числі передвиборчих, кампаній задля вибудовування ефективних комунікаційних стратегій, а також при розробці політики протидії дезінформації та розвитку медіаграмотності.

Зважаючи на обмеженість висвітлення в україномовній науковій літературі застосування методології НЛП в політичній комунікації, проведене дослідження та сформульовані за його результатами теоретичні положення можуть слугувати підґрунтям для подальших наукових розробок, наприклад, в царині етичних аспектів застосування технік НЛП в політичній комунікації, а також емпіричних досліджень, спрямованих на виявлення як позитивних, так і негативних ефектів та наслідків використання НЛП у політичних процесах.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арабаджисв Д.Ю., Сергієнко Т.І. Політична маніпуляція та інформаційно-психологічна безпека в політичних відносинах. Науковий журнал «Політикус». 2020. №2. С. 38
2. Буданова О.Б. Політична комунікація в Інтернет-просторі: український контекст: дис. ... канд. соціол. наук : 22.00.04 / О. Б. Буданова; Харків. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. Харків, 2015. 206 с.
3. Вакуленко А.Є. Політичне маніпулювання в умовах інформаційного суспільства: український контекст. Сучасне суспільство. 2023. Випуск 2 (27). С. 26-41.
4. Грамші А. В'язничні зошити. Вибрані записи. пер з іт. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ: Вперед, Бихун В.Ю., 2017. 417 с.
5. Данильян О. Г. Методологія наукових досліджень : підручник / О. Г. Данильян, О. П. Дзьобань. Харків : Право, 2019. 368 с.
6. Данько-Сліпцова А.А. Політико-комунікаційні процеси формування сучасного інформаційного суспільства: дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02 / Данько-Сліпцова Анна Анатоліївна ; Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. Львів, 2021. 223 с.
7. Денисюк А.В. Політичний діалог як чинник консолідації українського суспільства. Доктор філософії : спец.. 052 - Політологія : захищена 21.12.2023.; . Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна. Харків. 234 с.
8. Доскіч Л.С. Фейкові новини як новітній засіб маніпуляції та дезінформації. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2022. № 4. С. 72–77.



9. Дяченко О.В. Основні моделі політичної комунікації та їх прояви в сучасну епоху. Вісник ДонНУ імені Василя Стуса. Сер.: Політичні науки. 2022. №7. С. 23-27.
10. Калінчук О.А. Публічні дискурси як механізм контролю тілесності. «Epistemological studies in Philosophy, Social and Political Sciences». 2023. № 6 (2). С. 89-99.
11. Кокарча Ю.Н. Соціальні мережі як чинник політичного впливу в умовах розвитку демократичної політичної культури: дис. ... канд. політ. наук : 23.00.03 / Кокарча Юлія Анатоліївна ; Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. Київ, 2020. 240 с.
12. Конет А. Політична маніпуляція: поняття, концепції, механізм дії. Медіафорум : аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент. 2020. №8. С. 185-201.
13. Крикун В.Ю. Поняття «маніпулювання»: сутність та контексти. Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. 2022. № 2(53). С. 34-45.
14. Кузьменко, Г. О. Соціально-політичний міф: міфотворення та міфотворчість у призмі сучасних комунікативних практик. Публічне урядування. 2021. №(1 (26)). С. 71-84.
15. Гюстав. Психологія людських спільнот. Андронум, 2021. 224 с.
16. Лисенко Ю.В. Манелюк Ю.М. Технології політичного маніпулювання та їх вплив на громадську думку в сучасних політичних процесах. Науковий журнал «Політикус». 2022. №5. С. 42-47.
17. Мазьняк Р. Політичне маніпулювання як предмет досліджень в українській політичній науці. Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії. 2023. Випуск 48. С. 268–275.
18. Мазьняк Р.О. Політичне маніпулювання: теоретико-методологічний аналіз поняття. Науковий журнал «Політикус». 2021. №5. С. 48-52.

19. Макаренко Л.П. Теоретичні засади аналізу ролі політичної комунікації в сучасній політичній системі. Збірник наукових праць «Гілея: науковий вісник». №110. 2016. С. 343-348.
20. Максимчук О.В., Бондар С.С. Роль мас-медіа у формуванні політичних міфів. Актуальні проблеми політики. 2020. Вип. 65. С. 49-54.
21. Медвідь О., Дойніков К., Азімова О. Прагмалінгвальні засоби впливу на аудиторію в масмедіа. Філологічні трактати. 2024. Том 16. № 1. С. 141-155.
22. Мельник А. О., Голембо В. А., Бочкарьов О. Ю. Наукова спадщина засновника кібернетики Норберта Вінера. CSN. 2019. Випуск 1. №1. С. 1-8.
23. Мошак Д.С. Інституційно-організаційні засади політичної маніпуляції в сучасному політичному процесі. Науковий журнал «Політикус». 2021. №5. С. 59-64.
24. Наумкіна С.М., Семенченко М.Ф. Політичне маніпулювання як нове сприйняття соціальної дійсності у сучасному світі. Сучасна українська держава: вектори розвитку та шляхи мобілізації ресурсів : матеріали Шостої Всеукраїнської науково-практичної конференції ( м. Одеса, 23 квітня 2021 р.). Одеса : ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», Центр соціально-політичних досліджень «Politicus», 2021. С. 29-32.
25. НЛП відеопідручник. «Дорога у майбутнє». URL: <https://video.alunika.com/uk/nlp/nlp-videopidruchnik-doroga-u-majbutnye.html>
26. НЛП відеопідручник. «Місія та призначення». URL: <https://video.alunika.com/uk/nlp/nlp-videopidruchnik-misiya-ta-priznachennya.html>
27. НЛП відеопідручник. «Основи». URL: <https://video.alunika.com/uk/nlp/nlp-videopidruchnik-osnovi.html>
28. Олексієнко С.Б. Застосування окремих технік нейро-лінгвістичного програмування у професійній підготовці співробітників правоохоронних органів. Актуальні проблеми психології. 2010. Т. 7. Вип. 22. С. 133-137.

29. Омельченко В.Ю. До питання про сучасні міфи. Політичний міф як прикладна міфологія. Софія. Гуманітарно-релігієзнавчий вісник. 2021. № 1(17). С. 44-50.
30. Павлюх М.В. Соціально-політична комунікація в сучасних польських медіа: дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / М. В. Павлюх; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. Львів, 2016. 224 с.
31. Пашина Н. П. Технології управління масовою свідомістю: Навчальний посібник до курсу «Політична психологія» (для студентів спеціальності «Політологія»). Маріуполь: Вид-во Маріупольського державного університету, 2020. 64 с.
32. Пендальчук Є.В. Теоретичні засади формування політичної комунікації. *Modern scientific journal* (Сучасний науковий журнал). 2024. Вип.№3(1). С. 144-148.
33. Перелік методів психотерапії з доведеною ефективністю: Наказ Міністерства охорони здоров'я України від 13 грудня 2023 року № 2118 : Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 25 січня 2024 р. за № 129/41474. Офіційний вісник України від 21.02.2024. № 16. Ст. 1061. Код акта 122975/2024.
34. Про медіа: Закон України № 2849-ІХ від 13.12.2022 р. *Голос України* від 31.12.2022. № 267.
35. Проноза І.І. Роль політичних комунікацій у сучасному інформаційному просторі. *Науковий журнал «Політикус»*. №3. 2021. С. 75-80.
36. Самсонов В.В., Сільвестров А.М., Тачиніна О.М. *Методологія наукових досліджень та приклади її використання: Навч. посібник*. К.:НУХТ, 2022. 385 с.
37. Свідерська О.І. Політичний хейт як інструмент політичного маніпулювання та культивування колективного сорому та провини. *Регіональні студії*. 2023. № 34. С. 33-38.
38. *Словник української мови: в 11 томах. Том 3, 1972. Стор. 307.*

39. Словник української мови: в 11 томах. Том 4, 1973. Стор. 692.
40. Сучасні технології нейролінгвістичного програмування: навчальний посібник [Петрик В. М., Гнатюк С. О., Черненко О. Є., Гурєєв В. О., Курганевич В. І., Фесенко А. О., Рябий М. О., Смірнов О. А., Уткін Ю. В.]. За заг. ред. С. О. Гнатюка, О. А. Смірнова, В. М. Петрика. К.: Центр учбової літератури, 2023. 200 с.
41. Тесфайє Л. А. Процесуальна модель політичної комунікації в умовах інтернет-простору. Науковий журнал «Політикус». 2021. №4. С. 58-63.
42. Фінько А. Демократія як амбітендентний феномен: проблеми національної та соціальної солідарності. Філософська думка. 2023. №4. С. 39-55.
43. Флорентійські хроніки; Державець / Пер. з іт. А. Перепаді; Худож.-ілюстратор І.І. Яхін; Худож.-оформлювачі Б. П. Бублик, В. А. Мурликін. Харків: Фоліо, 2007. 511 с.
44. Фокуси мови. Максимальний концентрат. URL: <https://video.alunika.com/uk/komunikaciya/fokusi-movi-maksimalnij-koncentrat.html>
45. Шевчук О.В. Політична маніпуляція: поняття, концепції, механізм реалізації. Актуальні проблеми політики. 2021. Вип. 68. С. 83-89.
46. Шиманова-Стефанишин О.В. Політична комунікація в умовах воєнного стану в Україні: політологічний аналіз основних меседжів. Регіональні студії. 2022. С. 112-117.
47. Шлемкевич, Т. В., Штельмашенко А.Д., Гоцуляк М.В. Політичні міфи в структурації політичного простору. Регіональні студії. 2023. № 35. С. 42-46.
48. Bandler Richard, Grinder John. The Structure of Magic, Vol. 1: A Book About Language and Therapy. Science and Behavior Books, 2005. 225 p.
49. Bandler, R., Grinder, J. Patterns of the Hypnotic Techniques of Milton H. Erickson, M.D. (Vols. 1 & 2). Originally published: Cupertino, Calif. : Meta Publications, 1975. 265 p. P. 11 URL:

[https://www.academia.edu/10012196/Patterns\\_of\\_the\\_Hypnotic\\_Techniques\\_of\\_Milton\\_H\\_Erickson\\_Vol\\_II](https://www.academia.edu/10012196/Patterns_of_the_Hypnotic_Techniques_of_Milton_H_Erickson_Vol_II)

50. Battista, Daniele. Political communication in the age of artificial intelligence: an overview of deepfakes and their implications. *Society Register*. 2024. №8(2). Pp. 7-24.

51. Bernays Edward L. *Propaganda*. New York: Liveright publishing corporation, 1928. 159 p. URL: [https://www.academia.edu/5050342/Edward\\_L\\_Bernays\\_Propaganda](https://www.academia.edu/5050342/Edward_L_Bernays_Propaganda)

52. Bikhchandani Sushil, Hirshleifer David, Tamuz Omer, Welch Ivo. *Information Cascades and Social Learning*. NBER Working Paper No. 28887. 2021. 109 p.

53. Blumler Jay G. *The Fourth Age of Political Communication*. *Politiques de communication*. 2016. № 6(1). Pp. 19-30.

54. Bolton Derek. Targeting ontological security: information warfare in the modern age. *Political Psychology*. 2021. 42(1), 127–142.

55. Bragg Belinda, Cooley Skye, Cooley Asya, Hinck Robert, Kitsch Sara. *Transactional Communication Model: Quick Look*. Boston, MA: NSI, January 15, 2021. URL: <https://apps.dtic.mil/sti/citations/AD1129274>

56. Brown Rupert, Pehrson Samuel. *Group processes: dynamics within and between groups*. John Wiley & Sons, 2019. 344 p.

57. Burchell, G. and Foucault, M. *The Foucault Effect*. 1st ed. The University of Chicago Press. 1991. 307 p.

58. Butter Michael. *The Nature of Conspiracy Theories*. Wiley. John Wiley & Sons, LTD, 2020. 210 p.

59. Cassirer Ernst. *The Philosophy of Symbolic Forms. Volume 3 : Phenomenology of Cognition*. Contributed By Steve G. Lofts, Peter E. Gordon. London: Routledge, 2020. 644 p.

60. Chew, S.Y., & Ng, L.L. Models of Communication Process. *Interpersonal Interactions and Language Learning*. 2021. Pp.17-26
61. Christiano, Thomas. Algorithms, Manipulation, and Democracy. *Canadian Journal of Philosophy*. 2022. Vol. 52. No. 1. pp. 109-124.
62. Clemente, M., & Roulet, T. J. Public opinion as a source of deinstitutionalization : a «spiral of silence» approach. *Academy of Management Review*. 2015. № 40(1). Pp. 96-114.
63. Collingwood, J. & Collingwood, C. *The NLP Field Guide; Part 1. A reference manual of Practitioner level patterns*. Sydney: Emergent Publications, 2001. 325 p.
64. Dance's communication model concept of helical model of communication. URL: [https://www.academia.edu/33713001/DANCES\\_COMMUNICATION\\_MODEL\\_CONCEPT\\_OF\\_HELICAL\\_MODEL\\_OF\\_COMMUNICATION](https://www.academia.edu/33713001/DANCES_COMMUNICATION_MODEL_CONCEPT_OF_HELICAL_MODEL_OF_COMMUNICATION)
65. Davis Aeron. *Political Communication: An Introduction for Crisis Times*. Polity Press, 2024. 228 p. URL: [https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=TXXmEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=Political+communication&ots=7diIG760z2&sig=5IJCWYka0VNj8mZNtCwmELNvSK8&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=TXXmEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=Political+communication&ots=7diIG760z2&sig=5IJCWYka0VNj8mZNtCwmELNvSK8&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
66. Dilts Robert. *Sleight of Mouth: The Magic of Conversational Belief Change*. Dilts Strategy Group, 2017. 346 p.
67. Dilts, R. *Changing Belief Systems with NLP*. Meta publications, 1990. 221 p.
68. Djellal, Faridah and Gallouj, Faiz, *The Laws of Imitation and Invention: Gabriel Tarde and the evolutionary economics of innovation*. 2023. URL: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4344822>

69. Douglas KM, Sutton RM. What Are Conspiracy Theories? A Definitional Approach to Their Correlates, Consequences, and Communication. *Annu Rev Psychol.* 2023. P. 271-298.
70. Durkheim, E. *Suicide, a study in sociology* (1951 Edition, J. A. Spaulding, & G. Simpson, Trans.). London Routledge, 2005. 427 p.
71. Entman Robert M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication.* 1993. № 43(4). Pp. 51-58.
72. Festinger, L. *A theory of cognitive dissonance* (Vol. 1). Stanford university press, 1957. 239 p.
73. Foucault M. *The Birth of Biopolitics. The Birth of Biopolitics: Lectures at the Collège de France, 1978--1979 (Lectures at the College de France)* New York: Picador. 2010. 368 p.
74. Foucault M. Truth and power. In: Gordon C (ed) *Michel Foucault: Power/Knowledge: Selected Interviews & Other Writings 1972–1977.* New York: Vintage. 1980. Pp.109-133.
75. Furduescu Bogdan – Alexandru. Extrinsic meta-programs with influence on workers motivation. New technologies, resources, and connections. International conference *Redefining community in intercultural context.* 2019. Pp. 285-292.
76. Gerbner G. *Cultivation Analysis: An Overview.* In book: *Refining Milestone Mass Communications Theories for the 21st Century.* 1998. Pp. 175-194.
77. Goffman, Erving. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience.* New York: Harper Colophon, 1974. Reprinted 1986 by arrangement with Harper & Row. 586 p.
78. Gonçalves Gisela. *Political Communication.* In Robert L.Heath & Winni Johansen (Eds), *The International Encyclopedia of Strategic Communication,* Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc. 2018. P. 1-9.
79. Grinder, J. & Bostic St Clair, C. *Whispering in the Wind.* Scotts Valley, CA: J & C Enterprises, 2001. 381 p.

80. Gurevitch Michael, Coleman Stephen and Blumler Jay G. Political Communication – Old and New Media Relationships. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 2009. № 625(1). P.164-181.
81. Gutiérrez José A. Process and Effect in Tilly's Analytical Toolbox: A Brief Discussion of Charles Tilly's State-Making and War-Making Model, *Civil Wars*. 2023. № 25:2-3. Pp. 562-568
82. Han, Xin, *The New Political Economy of Social Movements and Digital Mobilization: Revisiting Charles Tilly's Framework in Contemporary Societies*. 2024. URL: <https://ssrn.com/abstract=4850364>
83. Hannan Jason. *Trolling Ourselves to Death: Democracy in the Age of Social Media*. 2024. URL: [https://www.researchgate.net/publication/378422459\\_Trolling\\_Ourselves\\_to\\_Death\\_Democracy\\_in\\_the\\_Age\\_of\\_Social\\_Media](https://www.researchgate.net/publication/378422459_Trolling_Ourselves_to_Death_Democracy_in_the_Age_of_Social_Media)
84. Hao Xu. Analysis of the Characteristics of Agenda Setting Theory in the New Media Era. *Journal of Humanities and Social Sciences Studies*. 2022. № 4(3). Pp.213-216.
85. Hejase Hussin. Neuro-Linguistic Programming (NLP): awareness and practice in UAE. 2015. *European Journal of Business and Social Sciences*,. VOL. 3. No. 10. Pp. 135-157.
86. Jacobson R. *Closing Statement: Linguistics and Poetics*. URL: [https://monoskop.org/images/8/84/Jakobson\\_Roman\\_1960\\_Closing\\_statement\\_Linguistics\\_and\\_Poetics.pdf](https://monoskop.org/images/8/84/Jakobson_Roman_1960_Closing_statement_Linguistics_and_Poetics.pdf)
87. Jelahun Felisianus Efrem, Wutun Monika, Lada Henny L. L., Sanga Abner Paulus Raya. Representation of political communication without morality perspective of modern philosopher Niccolo Machiavelli. *Jurnal Filsafat Indonesia*. 2023. Vol. 6 No. 1. P.p. 98-105.
88. Kaid Lynda Lee. *Handbook of Political Communication Research*. Routledge, 2004. 560 p.



89. Kenechukwu Stephen. Understanding media effect: a study of how studies in perception nailed the coffin on magic bullet theory. *International Journal of Social Sciences and Humanities Reviews* Vol.5 No.2, June, 2015. Pp.115 – 122
90. Khasanov J. B. The history and transformation of Neuro-Linguistic Programming. *O‘zbekistonda xorijiy tillar*. 2023. № 5(52). Pp. 55-62.
91. Khaund, T., Hussain, M.N., Shaik, M., Agarwal, N. Telegram: Data Collection, Opportunities and Challenges. In: Lossio-Ventura, J.A., Valverde-Rebaza, J.C., Díaz, E., Alatrística-Salas, H. (eds) *Information Management and Big Data. SIMBig 2021. Communications in Computer and Information Science*. vol 1410. Springer, Cham.
92. Kong E. The potential of neuro-linguistic programming in human capital development. *Electronic Journal of Knowledge Management*. 2012. Volume 10. Pp. 131-141.
93. Kotera, Y., & Sweet, M. Comparative evaluation of neuro-linguistic programming. *British Journal of Guidance & Counselling*. 2019. №47(6). Pp. 744–756.
94. Krafft P. M. & Donovan Joan. *Disinformation by Design: The Use of Evidence Collages and Platform Filtering in a Media Manipulation Campaign, Political Communication*, 2020. №37:2. Pp. 194-214.
95. Love Marion H. Neuro-linguistic programming: a basis for language learning. *Journal of the Imagination in Language Learning and Teaching*. 2001. Vol. 6. Pp. 102-109.
96. Lynch, J. In and Out of the Overton Window: How talking about health inequality made the problem harder to solve. *Regimes of Inequality: The political economy of health and wealth*; Cambridge University Press: Cambridge, UK, 2020. pp. 176-206.
97. Marcuse Herbert. *One-Dimensional Man. Studies in the ideology of advanced industrial society*. Routledge, 2003. 336 p.

98. Masaaki Higashijima, Hisashi Kadoya, Yuki Yanai. The dynamics of electoral manipulation and institutional trust in democracies: election timing, blatant fraud, and the legitimacy of governance. *Public Opinion Quarterly*. Volume 88. Issue SI. 2024. Pages 472-494.
99. Matejova Miriam, Shesterinina Anastasia. *Approaches to Uncertainty in Global Politics*. *Uncertainty in Global Politics*. Publisher: Routledge, 2023. URL: [https://www.researchgate.net/publication/375238839\\_Approaches\\_to\\_Uncertainty\\_in\\_Global\\_Politics](https://www.researchgate.net/publication/375238839_Approaches_to_Uncertainty_in_Global_Politics)
100. McCombs Maxwell. *Agenda-Setting*. 2018. URL: [https://www.researchgate.net/publication/329638328\\_Agenda-Setting](https://www.researchgate.net/publication/329638328_Agenda-Setting)
101. McCombs, M. E., & Shaw, D. L. The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*. 1972. 36(2). Pp. 176-187.
102. Mehring Reinhard. Carl Schmitt's friend-enemy distinction today. *Filozofija i društvo*. № 28(2). Pp.304-317.
103. Merton, R. K. The Thomas Theorem and the Matthew Effect. *Social Forces*. 1995. №74. Pp. 379-422.
104. Milos Gregor. Facing disinformation: narratives and manipulative techniques deployed in the Czech Republic. *Politics in Central Europe*. 2021. doi:10.2478/pce-2021-0023. Pp. 541-564.
105. Molina-Fernández, A.J.; Robert-Segarra, A.; Martín-Herrero, J.A.; Sánchez-Iglesias, I.; Saiz-Galdós, J.; Fernández-Mora, K. Regulating. Gambling use through the Overton Window: From an addictive behavior to a social and epidemiological problem. *Int. J. Environ. Res. Public Health* 2023. № 20. 5481. URL : <https://doi.org/10.3390/ijerph20085481>
106. Mona Mostafa El-Ashry. The importance of Neuro Linguistic Programming Skills as a communication tool in the workplace. 2021. *Journal of global scientific research*. 2021. №6 (1). Pp: 1108-1123. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7479557>

107. Moravčíková Erika. Media Manipulation And Propaganda In The Post-Truth Era. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie. 2020. №3. Pp. 23-37.
108. Mukherjee, Sanjukta. Anchoring - An NLP Master Tool. 2012. URL: <https://ssrn.com/abstract=2191435>
109. Newcomb, T. M. An approach to the study of communicative acts. *Psychological Review*. 1953. № 60(6). Pp. 393-404.
110. Noelle-Neumann, E. The Spiral of Silence a Theory of Public Opinion. *Journal of Communication*. 1974. № 24(2). Pp. 43-51.
111. Noggle, R.. Manipulation in politics. In *Oxford Research Encyclopedia of Politics*. Oxford University Press. 2021. doi: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.2012>
112. O'Connor, J., & Seymour, J. *Introducing Neuro-Linguistic Programming: Psychological Skills for Understanding and Influencing People*. 1997. 272 p.
113. Oparaugo Buike. Media and politics: political communication in the digital age. *International Journal of Multidisciplinary Research and Explorer (IJMRE)*. Volume 1. 2021. P. 14-23.
114. Papakyriakopoulos Orestis, Medina Serrano Juan Carlos, Hegelich Simon. Political communication on social media: A tale of hyperactive users and bias in recommender systems. *Online Social Networks and Media*. Volume 15. 2020. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2468696419300886>
115. Passmore, J., & Rowson, T. Neuro-linguistic programming: A critical review of NLP research and the application of NLP in coaching. *International Coaching Psychology Review*. 2019. №14(1). Pp. 57-69.
116. Pekařová, Ivana. Sensory modalities model (vakog) application in classes at the Department of foreign languages of the Technical university of Liberec. 2017. ISSN 1803-9782.

117. Pennycook G, Rand DG. The Psychology of Fake News. *Trends Cogn Sci.* 2021. №25(5). Pp. 388-402.
118. Plakhta D., Telegram as a tool for political influence and manipulation, TV and Radio. *Journalism.* 2020. №19. Pp. 88-94
119. Political Manipulation and Administrative Power: A Comparative Study. By Eva Etzioni-Halevy. Boston: Routledge & Kegan Paul, 1979. 218 p. URL: [https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=6asSEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=manipulation+political+science&ots=sljIaZ8oGv&sig=ABfqmltFYp5Tv9Vtw5rUv8IPyUc&redir\\_esc=y#v=onepage&q=manipulation%20political%20science&f=false](https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=6asSEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=manipulation+political+science&ots=sljIaZ8oGv&sig=ABfqmltFYp5Tv9Vtw5rUv8IPyUc&redir_esc=y#v=onepage&q=manipulation%20political%20science&f=false)
120. Popescu Cristina-Dana. Alignment of neurological levels an essential pillar in subconscious programming. *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series, Ovidius University of Constantza, Faculty of Economic Sciences.* 2022. vol. 0(2). Pp. 414-417.
121. Postman N. *Amusing ourselves to death : public discourse in the age of show business.* Penguin Books, 2005. 208 p.
122. Ready Romilla, Burton Kate. *Building rapport with NLP in a day for dummies.* For Dummies, 2012. 101 p.
123. Reisach U. The responsibility of social media in times of societal and political manipulation. *Eur J Oper Res.* 2021 Jun 16. №291(3). Pp. 906-917.
124. Ruining Li. The living predicament of human on the verge of modernity. *International Journal of Education and Humanities,* 2023. Vol. 10. No. 1. Pp. 272-276.
125. Rusdhianti Wuryaningrum, Mulyono; Reframing in neuro-linguistics programming to improve communication skills in scientific forums. *AIP Conf. Proc.* 4 January 2023. № 2679 (1) <https://doi.org/10.1063/5.0111631>
126. Sakinatunnafsih, M. Surya Bhaskara, & Ichsan Malik. Conflict management through Neuro-Linguistic Programming (NLP) approach. *International Journal of humanities education and social sciences.* 2024. № 4(1). Pp. 454-464.

127. Sandu Antonio. Using the Pyramid of Neurological Levels in the Human Resources Motivation Management, Revista romaneasca pentru educatie multidimensionala - Journal for Multidimensional Education, Editura Lumen, Department of Economics. 2016. vol. 8(2). Pp. 31-44.

128. Sandua David. Decoding Neuro-linguistic programming. Independently published, 2024. 169 p.

129. Sapienza Zachary, Veenstra Aaron S., Iyer Narayanan. Reading Lasswell's Model of Communication Backward: Three Scholarly Misconceptions. In book: Advances in Foundational Mass Communication Theories. 2018. Pp.599-622.

130. Saputra, K. A. K., Jayawarsa, A. A. K., & Priliandani, N. M. I. Antonio Gramsci Hegemonical Theory Critical Study : Accounting Fraud Of Hindu - Bali. International Journal of Business. 2022. №27(2). Pp. 1-11.

131. Savardelavar Meisam, Kuan Garry. The Use of Neuro-Linguistic Programming as an Educational-Therapeutic Programme: Two Case Studies. Education in Medicine Journal. 2017. № 9(1). Pp. 49-58.

132. Schramm, Wilbur. How Communication Works. The Process and Effects of Mass Communication. University of Illinois Press. 1954. URL: <https://psycnet.apa.org/record/1955-03971-000>

133. Shahreza Mirza. Theorization of the Balance of Communication Process in Analyzing the Issues of Waste Bank Messages. 2020. URL: [https://www.researchgate.net/publication/342716526\\_Theorization\\_of\\_the\\_Balance\\_of\\_Communication\\_Process\\_in\\_Analyzing\\_the\\_Issues\\_of\\_Waste\\_Bank\\_Messages](https://www.researchgate.net/publication/342716526_Theorization_of_the_Balance_of_Communication_Process_in_Analyzing_the_Issues_of_Waste_Bank_Messages)

134. Shannon Claude E., Weaver Warren. The Mathematical Theory of Communication. The University of Illinois Press, 1998. 144 p.

135. Shils, Edward. Ideology and Utopia by Karl Mannheim. Daedalus. Vol. 103. № 1. 1974. Pp. 83-89.

136. Steinfeld Nili. The disinformation warfare: how users use every means possible in the political battlefield on social media. Online Information Review ahead-

of-print.

URL:

[https://www.researchgate.net/publication/358908362\\_The\\_disinformation\\_warfare\\_how\\_users\\_use\\_every\\_means\\_possible\\_in\\_the\\_political\\_battlefield\\_on\\_social\\_media](https://www.researchgate.net/publication/358908362_The_disinformation_warfare_how_users_use_every_means_possible_in_the_political_battlefield_on_social_media)

137. Sturt J, Ali S, Robertson W, Metcalfe D, Grove A, Bourne C, Bridle C. Neurolinguistic programming: a systematic review of the effects on health outcomes. *British Journal of General Practice* 2012. № 62(604). Pp. 757-764.

138. Sumarni Lilik, Seran Alexander. Dialektika progresif; «One dimensional man», desublimasi represif: kritik herbert marcuse atas masyarakat industri modern. *Humanus: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*. 2024. Volume 1. № 2. Pp 165-186.

139. The politics of uncertainty. Challenges of Transformation. Edited by Ian Scoones and Andy Stirling. Routledge, 2020. 196 p.

140. Tilly Charles. Coercion, Capital and European States, A.D. 990 – 1992. Wiley-Blackwell, 1992. 288 p.

141. Tilly Charles. From mobilization to revolution. Longman Higher Education, 1978. 349 p.

142. Tilly Charles. War Making and State Making as Organized Crime. Bringing the State Back. Edited by Peter Evans, Dietrich Rueschemeyer, and Theda Skocpol. Cambridge: Cambridge University Press, 1985. Pp. 169-187.

143. Tosey, P. and Mathison, J., Neuro-linguistic programming as an innovation in education and teaching. *Innovations in education and teaching international*. 2010. №47(3). Pp.317-326

144. Tosey, P., Mathison, J. The Presuppositions of NLP. +Neuro-Linguistic Programming. Palgrave Macmillan, London. 2009. Pp. 97-110. [https://doi.org/10.1057/9780230248311\\_9](https://doi.org/10.1057/9780230248311_9)

145. Vis, B. Introducing a Conceptual Map of Political Elites' Responses to Different Types of Uncertain Phenomena. *Political Studies Review*, 2024. №1-9. <https://doi.org/10.1177/14789299231222847>

146. Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. The spread of true and false news online. *Science* (New York, NY). 2018. №359(6380). Pp. 1146-1151.
147. Westley Bruce H. and MacLean Malcolm S. A Conceptual Model for Communications Research. *Audio Visual Communication Review*. Springer Nature. 1955. Vol. 3. Pp. 3-12.
148. Wijermars, M., & Lokot, T. Is Telegram a “harbinger of freedom”? The performance, practices, and perception of platforms as political actors in authoritarian states. *Post-Soviet Affairs*. 2022. №38(1–2). Pp. 125-145.
149. Wilbur Schramm - The Nature of Communications Between Humans (The Process and Effects of Mass Communications). URL: [https://www.scribd.com/document/207960056/Wilbur-Schramm-The-Nature-of-Communications-Between-Humans-the-Process-and-Effects-of-Mass-Communications?language\\_settings\\_changed=English](https://www.scribd.com/document/207960056/Wilbur-Schramm-The-Nature-of-Communications-Between-Humans-the-Process-and-Effects-of-Mass-Communications?language_settings_changed=English)
150. Wolfsfeld Gadi. *Making Sense of Media and Politics. Five Principles in Political Communication*. Routledge, 2022. 164 p.
151. Zamfir C. M. *Business communication and NLP: successful drivers in theory and practice*. Editura Universitară, 2018. 229 p.
152. Zamfir Cristina Mihaela. Types of (re)framing events and the sleight of mouth technique in the business NLP process. *The Annals of Ovidius University of Constanța: Philology Series*. 2019. Vol. XXX. № 1. Pp. 233-244.
153. Zerubavel Eviatar. *Frame Analysis: Erving Goffman and the Sociocognitive Organization of Experience*. Symbolic Interaction. 2024. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/symb.1201>

## Додаток 1

Табл. 1. Приклади якорів в НЛП за типами систем сприйняття

Вид якоря	Приклад
Візуальний	Політичні партії та кандидати можуть використовувати логотипи та символи, які асоціюються з певними цінностями або емоціями, такими як впевненість, надія чи стабільність.
	Використання кольорів, що мають емоційний вплив, наприклад, синій для формування почуття довіри та стабільності, червоний – енергії та рішучості, може допомогти створити позитивний імідж.
	Візуальні образи, фото та відео, що показують кандидата в позитивному світлі, з родиною, з підтримуючими людьми, можуть формувати позитивні асоціації.
Аудіальний	Використання певної музики або звукових ефектів у відео та рекламі може викликати емоційний відгук. Наприклад, спокійна і надихаюча музика може створити відчуття надії та спокою.
	Слогани, які повторюються, можуть стати звуковими якорями для виборців, викликати асоціації з основними ідеями кандидата чи партії.
	Тон і манера промови кандидата можуть впливати на сприйняття та довіру. Наприклад, впевнений голос може викликати відчуття надійності.
Кінестетичний	Під час зустрічей з виборцями, кандидати можуть використовувати дотики (рукопотискання, обійми) для створення відчуття близькості і довіри.



	<p>Організація заходів, де виборці можуть фізично взаємодіяти з кандидатами або брати участь у заходах, що мають позитивний емоційний вплив, може підсилити їхню підтримку.</p>
	<p>Використання спеціально організованих зон з комфортними умовами і приємними текстурами під час заходів може покращити сприйняття кандидата та створити позитивні емоційні асоціації.</p>
Ольфакторний	<p>Запахна кава або свіжий хліб можуть створити відчуття домашнього затишку та доброзичливості.</p>
	<p>Додавання ароматів до рекламних матеріалів може зробити їх більш помітними та такими, що запам'ятовуються.</p>
	<p>Організація заходів, присвячених екологічним питанням, де використовується запахи рослин, свіжої зелені, моря може підкреслити прихильність кандидата до захисту довкілля.</p>
Густаторний	<p>Використання місцевих або традиційних страв у заходах може підкреслити культурні зв'язки і створити позитивні асоціації з кандидатом або партією.</p>
	<p>Пропонування продуктів, що мають певний смак, як частина акцій, може допомогти створити позитивний імідж і залучити виборців.</p>
	<p>Роздача символічних солодошів під час виступів, наприклад шоколаду чи цукерок з відповідними логотипами задля створення асоціативного зв'язку спікера та політичної сили зі смаком солодошів.</p>

## Додаток 2

Табл. 2 Використання Піраміди неврологічних рівнів Р. Ділтса  
для створення політичних гасел

№	Гасло	Рівні	Ефект
1.	Ми – сила, що змінює світ на краще!	Ідентичність («ми – сила»), Поведінка («змінює»), Місія («світ на краще»).	Гасло формує відчуття спільної ідентичності, переконаності у важливості своєї роботи та натхнення до вищої мети.
2.	Майбутнє належить нам – творимо його разом!	Місія («майбутнє»), Ідентичність («належить нам»), Поведінка («творимо його разом»).	Гасло наголошує на спільній відповідальності та можливостях, спрямованих на майбутнє, яке ми створюємо разом.
3.	Змінюємо реальність – будуємо нову країну!	Поведінка («змінюємо»), Місія («будуємо нову країну»), Ідентичність («ми» – непрямо, через імплікацію).	Гасло закликає до активних дій і вказує на високу мету створення нової реальності для країни.
4.	Переможцями нас робить сумлінне	Ідентичність («переможці»),	Гасло підкреслює, що справжня перемога

	виконання обов'язків!	діяльність («сумлінне виконання обов'язків»).	досягається через дисципліноване і старанне виконання своїх обов'язків. Це мотивує людей до серйозного ставлення до своїх завдань.
5.	Віримо у зміни – діємо на благо всіх!	Переконання («віримо у зміни»), поведінка («діємо»), Місія («на благо всіх»).	Гасло спонукає до дій, заснованих на глибокій вірі у необхідність змін та турботі про загальне благо.
6.	Впевненість у собі – майбутнє в наших руках!	Ідентичність («впевненість у собі»), переконання («майбутнє в наших руках»).	Гасло апелює до самовпевненості і відповідальності за своє майбутнє, закликаючи до активної участі у його формуванні.
7.	Справедливість для всіх – прогрес для країни!	Переконання («справедливість для всіх»), Місія («прогрес для країни»).	Гасло підкреслює важливість справедливості як основи для загального прогресу і розвитку держави.
8.	Віра, що надихає – дії, що змінюють!	Переконання та цінності («віра, що надихає»),	Гасло підкреслює важливість віри в основні цінності, що

		поведінка («дії, що змінюють»).	спонукає до активних дій, покликаних змінити ситуацію. Це мотивує громадян на конкретні вчинки, які базуються на спільних переконаннях.
9.	Знання ведуть до успіху нашої держави!	Здібності («знання») + Місія («успіх нашої держави»)	Це гасло підкреслює важливість освіти та знань як основи для досягнення національної мети, мотивує до навчання та розвитку.
10.	Рідна земля, що об'єднує – майбутнє, що надихає!	Довкілля («рідна земля»), діяльність («об'єднує») Місія («майбутнє, що надихає»)	Гасло підкреслює важливість рідного середовища для об'єднання задля майбутнього, сприяє зміцненню почуття приналежності.

Табл. 3 Патерни Мілтон-моделі та їх застосування для формулювання заголовків новин в медіа

Патерн Мілтон-моделі	Приклад
<p>1. Загальні номіналізації, використання іменників, які є абстрактними і не мають конкретного визначення.</p>	<p><b>Перевага</b> Гарріс над Трампом – <b>блеф</b><sup>1</sup></p> <p><b>Небезпека Telegram:</b> готуємо законопроект для збереження <b>нацбезпеки</b><sup>2</sup></p> <p>Чи використовується Telegram як <b>інструмент впливу</b> Кремля?<sup>3</sup></p> <p>«Виникли <b>розбіжності</b>»: переговори з приводу дебатів між Гарріс і Трампом зайшли в глухий кут – Politico<sup>4</sup></p> <p>Сувора <b>необхідність</b>: Гарріс у фіналі — з чорного ходу<sup>5</sup></p>
<p>2. Загальні слова та фрази, що створюють враження універсальності: «всі», «завжди», «ніколи».</p>	<p>«<b>Всі чудово розуміють</b>»: Веніславський пояснив, чому законопроект про заборону УПЦ МП</p>

<sup>1</sup> Перевага Гарріс над Трампом — блеф. Інтернет-сайт OBOZREVATEL.com. URL: <https://www.obozrevatel.com/ukr/politics-news/perevaga-garris-nad-trampom-blef.htm>

<sup>2</sup> Небезпека Telegram: готуємо законопроект для збереження нацбезпеки. Інтернет-сайт OBOZREVATEL.com. URL: <https://www.obozrevatel.com/ukr/politics-news/nebezpeka-telegram-gotuemo-zakonoproekt-dlya-zberezhennya-natsbezpeki.htm>

<sup>3</sup> Чи використовується Telegram як інструмент впливу Кремля? Інтернет-сайт OBOZREVATEL.com. URL: <https://www.obozrevatel.com/ukr/politics-news/chi-vikoristovuetsya-telegram-yak-instrument-vplivu-kremlya.htm>

<sup>4</sup> "Виникли розбіжності": переговори з приводу дебатів між Гарріс і Трампом зайшли в глухий кут – Politico Інтернет-сайт OBOZREVATEL.com. URL: <https://www.obozrevatel.com/ukr/politics-news/vinikli-rozbizhnosti-peregovori-z-privodu-debativ-mizh-harris-i-trampom-zajshli-v-gluhiy-kut-politico.htm>

<sup>5</sup> Суворі необхідність: Гарріс у фіналі — з чорного ходу. Інтернет-сайт OBOZREVATEL.com. URL: <https://www.obozrevatel.com/ukr/politics-news/suvora-neobhidnist-garris-u-finali-z-chornogo-hodu.htm>

	мало не викликав розкол монобільшості <sup>6</sup>
	Ворог атакував усі українські ГЕС – Укргідроенерго <sup>7</sup>
	Шмигаль: Наша мета в першому півріччі 2025р відкрити всі розділи переговорів про членство України в ЄС <sup>8</sup>
	Росія вийшла на перше місце серед усіх країн за кількістю злитих у даркнет баз даних <sup>9</sup>
	Будь-яке зареєстроване медіа може вступити до органу співрегулювання <sup>10</sup>
3. Модальні оператори можливості та необхідності, слова, що вказують на можливість, необхідність або зобов'язання, такі як «може», «повинен», «потрібно».	Україна буде змушена погодитися на переговори, – глава МЗС Швейцарії <sup>11</sup>
	Вибухнути може будь-коли: хто і чому провокує війну на Балканах. Чи зможуть США її загасити <sup>12</sup> .

<sup>6</sup> "Всі чудово розуміють": Веніславський пояснив, чому законопроект про заборону УПЦ МП мало не викликав розкол монобільшості. Інтернет-сайт OBOZREVATEL.com. URL: <https://www.obozrevatel.com/ukr/politics-news/vsi-chudovo-rozumiut-venislavskij-poyasniv-chomu-zakonoproekt-pro-zaboronu-upts-mp-malo-ne-viklikav-rozkol-monobilshosti.htm>

<sup>7</sup> Ворог атакував усі українські ГЕС – Укргідроенерго. Korrespondent.net. URL: <https://ua.korrespondent.net/ukraine/4712189-voroh-atakuvav-usi-ukrainski-hes-ukrhydroenerho>

<sup>8</sup> Шмигаль: Наша мета в першому півріччі 2025р відкрити всі розділи переговорів про членство України в ЄС. Інтерфакс-Україна. URL: <https://interfax.com.ua/news/political/1009901.html>

<sup>9</sup> Росія вийшла на перше місце серед усіх країн за кількістю злитих у даркнет баз даних. Інтернет-видання «MEDIASAPIENS». URL: <https://ms.detector.media/kiberbezpeka/post/35706/2024-07-31-rosiya-vuyshla-na-pershe-mistse-sered-usikh-krain-za-kilkisty-zlytykh-u-darknet-baz-danykh/>

<sup>10</sup> Будь-яке зареєстроване медіа може вступити до органу співрегулювання. Інтернет-видання «MEDIASAPIENS». URL: <https://detector.media/rinok/article/229924/2024-07-23-bud-yake-zareiestrovane-media-mozhe-vstupyty-do-organu-spivregulyuvannya/>

<sup>11</sup> Україна буде змушена погодитися на переговори, – глава МЗС Швейцарії. UNIAN.NET. URL: <https://www.unian.ua/politics/peregovori-z-rf-ukrajina-bude-zmushena-pogoditisya-na-peregovori-12721932.html>

<sup>12</sup> Вибухнути може будь-коли: хто і чому провокує війну на Балканах. Чи зможуть США її загасити. Інтернет-сайт OBOZREVATEL.com. URL: <https://www.obozrevatel.com/ukr/politics-news/vibuhnuti-mozhe-bud-koli-hto-ta-chomu-provokue-vijnu-na-balkanah-chi-zmozhut-ssha-ii-zagasiiti.htm>

	<p>«<b>Нам треба повернути людей</b>»: у Києві проходить великий форум за участю керівництва країни, в центрі уваги – питання економіки і війни<sup>13</sup>.</p>
	<p>«<b>Мають бути готовими всі</b>»: Зеленський відвідав Конгрес місцевих та регіональних рад й озвучив ключові виклики<sup>14</sup>.</p>
	<p>Україна має нагадати КНР, за що Сталін заарештував Мао на три місяці<sup>15</sup>.</p>
<p>4. Втрата референтного індексу, використання тверджень, в яких відсутня конкретна особа або джерело, що здійснює дію.</p>	<p>У ЦАХАЛ <b>заявили</b> про ліквідацію головного командира Хезболли<sup>16</sup>.</p> <p>Протести у Венесуелі: <b>люди</b> скидають статуї Чавеса<sup>17</sup>.</p> <p>Західні <b>санкції скорочують</b> авіапарк російських авіакомпаній<sup>18</sup>.</p>

<sup>13</sup> "Нам треба повернути людей": у Києві проходить великий форум за участю керівництва країни, в центрі уваги – питання економіки і війни. Інтернет-сайт OBOZREVATEL.com. URL: <https://www.obozrevatel.com/ukr/politics-news/u-kievi-startuvav-velikij-forum-za-uchastyu-kerivnitstva-kraini-zaplanovano-preskonferentsiyu-zelenskogo-foto.htm>

<sup>14</sup> «Мають бути готовими всі»: Зеленський відвідав Конгрес місцевих та регіональних рад й озвучив ключові виклики. Інтернет-сайт OBOZREVATEL.com. URL: <https://www.obozrevatel.com/ukr/politics-news/mayut-buti-gotovimi-vsi-zelenskij-vidvidav-kongres-mistsevih-ta-regionalnih-rad-i-ozvuchiv-klyuchovi-vikliki-foto-i-video.htm>

<sup>15</sup> Україна має нагадати КНР, за що Сталін заарештував Мао на три місяці. Інтернет-сайт OBOZREVATEL.com. URL: <https://www.obozrevatel.com/ukr/politics-news/ukraina-mae-nagadati-knr-za-scho-stalin-zareshtuvav-mao-na-tri-misyatsi.htm>

<sup>16</sup> У ЦАХАЛ заявили про ліквідацію головного командира Хезболли. Korrespondent.net. URL: <https://ua.korrespondent.net/world/4705317-u-tsakhaj-zaiavily-pro-likvidatsiui-holovnoho-komandyra-khezbolly>

<sup>17</sup> Протести у Венесуелі: люди скидають статуї Чавеса. Korrespondent.net. URL: <https://ua.korrespondent.net/world/4705174-protesty-u-venesueli-luidy-skydavit-statui-chavesa>

<sup>18</sup> Західні санкції скорочують авіапарк російських авіакомпаній. Korrespondent.net. URL: <https://ua.korrespondent.net/world/russia/4704805-zakhidni-sanktsii-skorochuit-aviapark-rosiiskykh-aviakompanii>

	<p><b>Більшість громадян Грузії</b> заявили про хибний напрямок розвитку країни<sup>19</sup>.</p>
	<p>В Ізраїлі <b>відреагували</b> на погрози Ердогана<sup>20</sup>.</p>
<p>5. Загальні мовні конструкції, використання дієслів, значення яких не уточнюється або залишається неоднозначним.</p>	<p>Страх радикальних рішень. Чому Сполучені Штати <b>уникають рішучих кроків</b> щодо підтримки України<sup>21</sup>.</p>
	<p>Трамп <b>допоможе</b> правим. Які загрози для України несе «коаліція Орбана» у Європарламенті<sup>22</sup>.</p>
	<p>Чи <b>втратить</b> Еммануель Макрон <b>владу</b>: як перемога правих може змінити відносини з Україною<sup>23</sup>.</p>
	<p>Маск <b>оголосив «війну»</b> компаніям, які відмовилися від реклами в X<sup>24</sup>.</p>
	<p>Єврокомісія <b>зобов'язала закрити</b> TikTok Lite на ринку ЄС<sup>25</sup>.</p>

<sup>19</sup> Більшість громадян Грузії заявили про хибний напрямок розвитку країни. Korrespondent.net. URL: <https://ua.korrespondent.net/world/4704758-bilshist-hromadian-hruzii-zaiavly-pro-khybnyi-napriamok-rozvytku-krainy>

<sup>20</sup> В Ізраїлі відреагували на погрози Ердогана. Korrespondent.net. URL: <https://ua.korrespondent.net/world/4704719-v-izraili-vidreahuvaly-na-pohrozy-erdohana>

<sup>21</sup> Страх радикальних рішень. Чому Сполучені Штати уникають рішучих кроків щодо підтримки України. FOCUS.UA. URL: <https://focus.ua/uk/politics/656825-strah-radikalnih-rishen-chomu-spolucheni-shtati-unikayut-rishuchih-krokov-shchodo-pidtrimki-ukrajini>

<sup>22</sup> Трамп допоможе правим. Які загрози для України несе «коаліція Орбана» у Європарламенті. FOCUS.UA. URL: <https://focus.ua/uk/politics/659943-tramp-dopomozhe-pravim-yaki-zagrozi-dlya-ukrajini-nese-koaliciya-orbana-u-jevroparlamenti>

<sup>23</sup> Чи втратить Еммануель Макрон владу: як перемога правих може змінити відносини з Україною. FOCUS.UA. URL: <https://focus.ua/uk/politics/651441-chi-vtratit-emmanuel-makron-vladu-yak-peremoga-pravih-mozhe-zminiti-vidnosini-z-ukrajinoju>

<sup>24</sup> Маск оголосив «війну» компаніям, які відмовилися від реклами в X. Інтернет-видання «MEDIASAPIENS». URL: <https://ms.detector.media/internet/post/35774/2024-08-07-mask-ogolosyv-viynu-kompaniyam-yaki-vidmovlylysy-vid-reklamy-v-kh/>

<sup>25</sup> Єврокомісія зобов'язала закрити TikTok Lite на ринку ЄС. Інтернет-видання «MEDIASAPIENS». URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/35759/2024-08-06-ievrokomisiya-zoboviyazala-zakryty-tiktok-lite-na-rynku-ies/>



6. Читання думок, висловлювання припущень про те, що людина думає або відчуває, без очевидних доказів цього.	Що скаже Європа: Чи закриють в Україні месенджер Telegram після арешту Дурова <sup>26</sup> .
	Перерваний візит. Чому прем'єр Індії поспіхом покинув Москву і до чого тут Україна <sup>27</sup> .
	Відмова від території в обмін на мир. До яких компромісів з Кремлем готуються на Заході <sup>28</sup> .
	Україна та Річ Посполита: шлях до Європи чи дорога в неволю? <sup>29</sup>
	Страх радикальних рішень. Чому Сполучені Штати уникають рішучих кроків щодо підтримки України <sup>30</sup> .
7. Використання висловлювань, що вказують на причинно-наслідкові зв'язки, хоча ці зв'язки можуть бути лише припущеннями.	Вічна війна. Чому протистояння наддержав веде до постійних конфліктів <sup>31</sup> .
	Золото, діаманти. Як призначення Андрія Белоусова главою МО РФ

<sup>26</sup> Що скаже Європа: Чи закриють в Україні месенджер Telegram після арешту Дурова. FOCUS.UA. URL: <https://focus.ua/uk/politics/665069-zatrimannya-pavla-durova-u-parizhi-chi-zakriyut-v-ukrajini-telegram>

<sup>27</sup> Перерваний візит. Чому прем'єр Індії поспіхом покинув Москву і до чого тут Україна. FOCUS.UA. URL: <https://focus.ua/uk/politics/657898-perervaniy-vizit-chomu-prem-er-indiji-pospihom-pokinuv-moskvu-i-do-chogo-tut-ukrajina>

<sup>28</sup> Відмова від території в обмін на мир. До яких компромісів з Кремлем готуються на Заході. FOCUS.UA. URL: <https://focus.ua/uk/politics/657540-vidmova-vid-teritoriji-v-obmin-na-mir-chi-pide-zahid-na-kompromis-iz-putinim-zaradi-miru-v-ukrajini>

<sup>29</sup> Україна та Річ Посполита: шлях до Європи чи дорога в неволю? FOCUS.UA. URL: <https://focus.ua/uk/ukraine/657264-ukrajina-ta-rich-pospolita-shlyah-do-vevropi-chi-doroga-v-nevolju>

<sup>30</sup> Страх радикальних рішень. Чому Сполучені Штати уникають рішучих кроків щодо підтримки України. FOCUS.UA. URL: <https://focus.ua/uk/politics/656825-strah-radikalnih-rishen-chomu-spolucheni-shtati-unikayut-rishuchih-kroki-v-shchodo-pidtrimki-ukrajini>

<sup>31</sup> Вічна війна. Чому протистояння наддержав веде до постійних конфліктів. FOCUS.UA. URL: <https://focus.ua/uk/voenye-novosti/638857-vichna-viyna-chomu-protistoyannya-nadderzhav-vede-do-postiynih-konfliktiv>

	пов'язане з «Африканським корпусом» і грошима Кремля <sup>32</sup> .
	Дурова звільнили з-під варту для проведення первинного допиту та, можливо, висунення обвинувачення, — ВФМТВ <sup>33</sup> .
	Дебати між Гарріс та Трампом опинилися під загрозою зриву через суперечку щодо мікрофонів <sup>34</sup> .
	Редакції стикаються з браком кадрів не лише через мобілізацію, а й через вигорання та виїзд людей за кордон, — Сингаївська <sup>35</sup> .
8. Злиття, комплексні еквіваленти – висловлювання, де одне явище автоматично прирівнюється до іншого без доказів.	<p>Перевага Гарріс над Трампом – блеф<sup>36</sup>.</p> <p>Трамп це Горбачов сьогодні, тільки в Америці й тому з протилежним знаком<sup>37</sup>.</p>

<sup>32</sup> Золото, діаманти. Як призначення Андрія Белоусова главою МО РФ пов'язане з «Африканським корпусом» і грошима Кремля. FOCUS.UA. URL: <https://focus.ua/uk/opinions/646164-zoloto-diamanti-yak-priznachennya-andriya-belousova-glavoyu-mo-rf-pov-yazane-z-afrikanskim-korpusom-i-groshima-kremlya>

<sup>33</sup> Дурова звільнили з-під варту для проведення первинного допиту та, можливо, висунення обвинувачення, — ВФМТВ. Інтернет-видання «MEDIASAPIENS». URL: <https://detector.media/infospace/article/231449/2024-08-28-durova-zvilnyly-z-pid-varty-dlya-provedennya-pervynnogo-dopytu-ta-mozhlyvo-vysunennya-obvynuvachennya-bfmtv/>

<sup>34</sup> Дебати між Гарріс та Трампом опинилися під загрозою зриву через суперечку щодо мікрофонів. Інтернет-видання «MEDIASAPIENS». URL: <https://detector.media/infospace/article/231429/2024-08-28-debaty-mizh-garris-ta-trampom-opynylsya-pid-zagrozoyu-zryvu-cherez-superechku-shchodo-mikrofoniv/>

<sup>35</sup> Редакції стикаються з браком кадрів не лише через мобілізацію, а й через вигорання та виїзд людей за кордон, — Сингаївська. Інтернет-видання «MEDIASAPIENS». URL: <https://detector.media/infospace/article/230845/2024-08-13-redaktsii-stykayutsya-z-brakom-kadriv-ne-lyshe-cherez-mobilizatsiyu-a-y-cherez-vygorannya-ta-vyizd-lyudey-za-kordon-syngaivska/>

<sup>36</sup> Перевага Гарріс над Трампом – блеф. Інтернет-сайт OBOZREVATEL.com. URL: <https://www.obozrevatel.com/ukr/politics-news/perevaga-garris-nad-trampom-blef.htm>

<sup>37</sup> Трамп це Горбачов сьогодні, тільки в Америці й тому з протилежним знаком. Інтернет-сайт OBOZREVATEL.com. URL: <https://www.obozrevatel.com/ukr/politics-news/tramp-tse-gorbachov-sogodni-tilki-v-ameritsi-j-tomu-z-protilezhnim-znakom.htm>

	Російська війна – це відповідальність Китаю: як відповідь Захід на спроби Пекіна зірвати Саміт миру <sup>38</sup> .
	Головне в китайському мирному плані – його неpubлічна частина <sup>39</sup> .
	Історик Ярослав Грицак: мінські домовленості – не провина, а заслуга Порошенка, вони стали пасткою для Путіна <sup>40</sup> .
9. Фокусування на частині, використання загальних або часткових описів, які дозволяють слухачеві самостійно заповнити прогалини у сприйнятті.	<b>Майже мільйон</b> українців мають бронь від мобілізації – Міноборони <sup>41</sup> .
	<b>Понад 200</b> організацій зареєструвалися у Грузії «іноагентами» <sup>42</sup> .
	<b>Переважна більшість</b> громадян бачать своє майбутнє в Україні – опитування <sup>43</sup> .

<sup>38</sup> Російська війна – це відповідальність Китаю: як відповідь Захід на спроби Пекіна зірвати Саміт миру. FOCUS.UA. URL: <https://focus.ua/uk/politics/650358-rosiyska-viyna-ce-vidpovidalnist-kitayu-yak-vidpovist-zahid-na-sprobi-pekina-zirvati-samit-miru>

<sup>39</sup> Головне в китайському мирному плані – його неpubлічна частина. Інтернет-сайт OBOZREVATEL.com. URL: <https://www.obozrevatel.com/ukr/politics-news/golovne-v-kitajskomu-mirnomu-plani-jogo-nepublichna-chastina.htm>

<sup>40</sup> Історик Ярослав Грицак: мінські домовленості – не провина, а заслуга Порошенка, вони стали пасткою для Путіна. Інтернет-сайт OBOZREVATEL.com. URL: <https://www.obozrevatel.com/ukr/politics-news/istorik-yaroslav-gritsak-minski-domovlenosti-ne-provina-a-zasluga-poroshenka-voni-stali-pastkoyu-dlya-putina.htm>

<sup>41</sup> Майже мільйон українців мають бронь від мобілізації – Міноборони. Korrespondent.net. URL: <https://ua.korrespondent.net/ukraine/4710057-maizhe-milion-ukraintsiv-mauit-bron-vid-mobilizatsii-minoborony>

<sup>42</sup> Понад 200 організацій зареєструвалися у Грузії «іноагентами». Інтернет-видання «MEDIASAPIENS». URL: <https://detector.media/infospace/article/231557/2024-08-30-ponad-200-organizatsiy-zareiestruvalysya-u-gruzii-inoagentamy/>

<sup>43</sup> Переважна більшість громадян бачать своє майбутнє в Україні – опитування. Korrespondent.net. URL: <https://ua.korrespondent.net/ukraine/4710995-perevazhna-bilshist-hromadian-bachat-svoie-maibutnie-v-ukraini-opytuvannia>

	<p><b>Понад 50% американців</b> за дострокову відставку Байдена – опитування<sup>44</sup>.</p>
	<p>Серед справ про порнографію <b>понад половина</b> стосуються дітей, – дані OpenDataBot<sup>45</sup>.</p>
<p>10. Пресуппозиції, використання фраз, що містять приховані припущення, які сприймаються як істина.</p>	<p>Напружена атмосфера в США: Чи призведе боротьба між Трампом і Гарріс до громадянських заворушень<sup>46</sup>.</p>
	<p>Талібан краще, ніж ІДІЛ: як терористи, що здійснили напад на США, йдуть до ООН<sup>47</sup>.</p>
	<p>Ердоган не жартує. Чи справді Туреччина може здійснити вторгнення до Ізраїлю<sup>48</sup>.</p>
	<p>Республіканцям не подобається кандидат Трампа у віцепрезиденти - ЗМІ<sup>49</sup></p>

<sup>44</sup> Понад 50% американців за дострокову відставку Байдена – опитування. Korrespondent.net. URL: <https://ua.korrespondent.net/world/4704428-ponad-50-amerykantsiv-za-dostrokovu-vidstavku-baidena-opytuvannia>

<sup>45</sup> Серед справ про порнографію понад половина стосуються дітей, – дані OpenDataBot. Інтернет-видання «MEDIASAPIENS». URL: <https://ms.detector.media/internet/post/35998/2024-08-28-sered-sprav-pro-pornografiyu-ponad-polovyna-stosuyutsya-ditey-dani-opendatabot/>

<sup>46</sup> Напружена атмосфера в США: Чи призведе боротьба між Трампом і Гарріс до громадянських заворушень. FOCUS.UA. URL: <https://focus.ua/uk/politics/662507-napruzhena-atmosfera-v-ssha-chi-prizvede-borotba-mizh-trampom-i-garris-do-gromadyanskih-zavorushen>

<sup>47</sup> Талібан краще, ніж ІДІЛ: як терористи, що здійснили напад на США, йдуть до ООН. FOCUS.UA. URL: <https://focus.ua/uk/world/661168-taliban-krashche-nizh-idil-yak-teroristi-shcho-zdiysnili-napad-na-ssha-ydut-do-oon>

<sup>48</sup> Ердоган не жартує. Чи справді Туреччина може здійснити вторгнення до Ізраїлю. FOCUS.UA. URL: <https://focus.ua/uk/politics/660270-erdogan-ne-zhartuye-chi-spravdi-turechchina-mozhe-zdiysniti-vtorgnennya-do-izrajilyu>

<sup>49</sup> Республіканцям не подобається кандидат Трампа у віцепрезиденти – ЗМІ. Korrespondent.net. URL: <https://ua.korrespondent.net/world/4704402-respublikantsiam-ne-podobaietsia-kandydat-trampa-u-vitseprezydenty-zmi>

	Унікальний час: Америка працює на автопілоті <sup>50</sup> .
11. Використання історій, метафор і порівнянь, які допомагають обійти свідомий опір і донести ідею на глибшому рівні.	<b>Підсадна качка:</b> чого коштуватиме Орбану «мирна місія» <sup>51</sup> .
	<b>Макрон – на коні.</b> Що означають для України результати парламентських виборів у Франції <sup>52</sup> .
	<b>Золоті часи Пекіну:</b> як Китай у XXI столітті став другим світовим лідером разом зі США <sup>53</sup> .
	<b>«Озброєна» дипломатія:</b> чим ексголовком Залужний займеться у Великій Британії <sup>54</sup> .
	<b>Гудбайден.</b> Експерти про те, що і чому змінить вибуття Джо Байдена з виборчого марафону <sup>55</sup> .
	Зеленський очікує міжнародний аудит НАБУ найближчим часом <sup>56</sup> .

<sup>50</sup> Унікальний час: Америка працює на автопілоті. Інтернет-сайт OBOZREVATEL.com. URL: <https://www.obozrevatel.com/ukr/politics-news/unikalnij-chas-amerika-pratsyue-na-avtopiloti.htm>

<sup>51</sup> Підсадна качка: чого коштуватиме Орбану «мирна місія». FOCUS.UA. URL: <https://focus.ua/uk/politics/656845-yaka-meta-svitovogo-turne-ugorskogo-prem-yera-viktora-orbana>

<sup>52</sup> Макрон – на коні. Що означають для України результати парламентських виборів у Франції. FOCUS.UA. URL: <https://focus.ua/uk/politics/656512-vibori-u-franciji-chomu-makron-maye-zisk-vid-rezultativ-parlamentskih-viboriv>

<sup>53</sup> Золоті часи Пекіну: як Китай у XXI столітті став другим світовим лідером разом зі США. FOCUS.UA. URL: <https://focus.ua/uk/world/649914-zoloti-chasi-pekynu-yak-kitay-u-hhi-stolitti-stav-drugim-svitovim-liderom-razom-zi-ssha>

<sup>54</sup> «Озброєна» дипломатія: чим ексголовком Залужний займеться у Великій Британії. FOCUS.UA. URL: <https://focus.ua/uk/politics/645922-ozbrojena-diplomatija-chim-eks-golovkom-zaluzhniy-zaymetsya-u-velikiy-britaniji>

<sup>55</sup> Гудбайден. Експерти про те, що і чому змінить вибуття Джо Байдена з виборчого марафону. FOCUS.UA. URL: <https://focus.ua/uk/politics/658977-gudbayden-eksperti-pro-te-shcho-i-chomu-zminit-vibuttya-dzho-baydena-z-viborchogo-marafonu>

<sup>56</sup> Зеленський очікує міжнародний аудит НАБУ найближчим часом. Ukranews.com. URL: [https://ukranews.com/ua/news/1029757-zelenskyj-ochikuye-mizhnarodnyj-audyt-nabu-najblyzhchym-chasom#google\\_vignette](https://ukranews.com/ua/news/1029757-zelenskyj-ochikuye-mizhnarodnyj-audyt-nabu-najblyzhchym-chasom#google_vignette)

12. Використання фраз, які вказують на тривалий або невизначений період, протягом якого може відбутися зміна.	<b>Майбутнє</b> України висить на волосині, поки ЄС «у відпустці», - NZZ <sup>57</sup> .
	РФ може завдати дорозвідувального удару по Україні вже <b>найближчим часом</b> , - Коваленко <sup>58</sup> .
	<b>«В осяжному майбутньому цього не станеться»</b> : президент Чехії – про вступ України до НАТО <sup>59</sup> .
	У «Дії» <b>незабаром</b> може з'явитися дозвіл на зброю <sup>60</sup> .

<sup>57</sup> Майбутнє України висить на волосині, поки ЄС «у відпустці», - NZZ. UNIAN.NET. URL: <https://www.unian.ua/world/mabutnye-ukrajini-visit-na-volosini-poki-yes-u-vidpustci-nzz-12735333.html>

<sup>58</sup> РФ може завдати дорозвідувального удару по Україні вже найближчим часом, - Коваленко. UNIAN.NET. URL: <https://www.unian.ua/war/viyana-v-ukrajini-rf-mozhe-zavdati-dorozviduvalnogo-udaru-po-ukrajini-12739335.html>

<sup>59</sup> «В осяжному майбутньому цього не станеться»: президент Чехії – про вступ України до НАТО. UNIAN.NET. URL: <https://www.unian.ua/politics/protverezlive-poslannya-shchodo-ukrajini-vid-glavi-derzhavi-nato-12690291.html>

<sup>60</sup> У «Дії» незабаром може з'явитися дозвіл на зброю. Інтернет-видання «MEDIASAPIENS». URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/35523/2024-07-12-u-dii-nezabarom-mozhe-zyavytysya-dozvil-na-zbroyu/>