

## Политический лозунг как средство манипуляции

Научный руководитель – Крыжановская Ирина Ивановна

*Лисицкая Ирина Игоревна*

*Студент (бакалавр)*

Донецкий национальный университет, Исторический факультет, Кафедра политологии и государственного управления, Донецк, Украина

*E-mail: lisitskaya-1997@mail.ru*

История мировой политики состоит из образов, которые создаются посредством деятельности политических субъектов, выполняющих функции двигателей прогресса или регресса. В процессе осуществления данных функций незаменимой является политическая пропаганда.

В связи с новым витком холодной войны, которая сегодня ведется на страницах газет, журналов, в социальных сетях и на экранах телевизоров, четко прослеживается необходимость изучения таких сфер политического манипулирования как пропаганда, чаще всего выражаемая в политических лозунгах. Тема, безусловно, актуальна, ведь противостояние информационным угрозам сегодня является гарантией безопасности любого государства. Именно то государство, которое контролирует свою информационную среду, может считаться по-настоящему независимым. Более того, это тест на зрелость гражданского общества, которое, к сожалению, стоит не только перед необходимостью противостоять идеям извне, но и трезво оценивать обстановку внутри своего же социума. Именно поэтому политический лозунг, как важнейший элемент современной пропаганды и информационной войны, приобретает все новые формы и требует детального изучения экспертной средой.

В числе исследователей проблематики средств политической манипуляции можно выделить американского общественного деятеля Джина Шарпа, ставшего всемирно известным благодаря разработке технологии цветных революций. В своей работе «198 Методов Ненасильственных Действий» он пишет о том, что у людей, ведущих политическую борьбу, существует целый арсенал ненасильственных методов воздействия на электорат. 198 методов он делит на 3 основные категории: ненасильственный протест и убеждение, отказ от сотрудничества (политического, экономического, социального), ненасильственное вмешательство. В категории методов ненасильственного протеста и убеждения как средство общения с широкой аудиторией Шарп, наряду с карикатурами и символами, выделяет политические лозунги [4].

Среди отечественных аналитиков, занимающихся вопросом сферы влияния политического лозунга и его состояния в политической и PR-практике, необходимо выделить российского пиаролога Андрея Зверинцева и его работу «Коммуникационный менеджмент», а также украинского специалиста в области коммуникативных технологий и информационных войн Георгия Почепцова с его работами «Информационные войны» и «Теория коммуникаций». Несмотря на различия в направленности идеологий обоих авторов, в вопросе о политическом лозунге их мнения совпадают. В своих трудах они рассматривают лозунг как политический макротекст, который представляет собой совокупность всех компонентов политической коммуникации (вербальной, невербальной, предметной, цветовой, графической и музыкальной) [3].

Политический лозунг является кратким запоминающимся выражением, выдвигаемым некими политическими субъектами в качестве обоснования своих действий в определенный период времени. Лозунг является своего рода смысловым центром убеждения, который позволяет политическим силам выделиться на мировой арене. Он объединяет фраг-

менты политической рекламы в единое целое, посредством чего плакаты, листовки, телевизионные программы политического характера и другие способы агитации аккумулируют в себе общую идею, высказанную в лозунге.

Чаще всего политический лозунг несет в себе идеологическую нагрузку, и как только он теряет свою идеологию, то становится набором ни к чему не обязывающих слов, уходящих в историю.

Лозунг как элемент структуры политической идеологии одновременно обеспечивает процесс внедрения ее в практику. Являясь эффективным средством трансляции идеологии в массовое сознание, он воплощает в себе интеллектуальный и эмоциональный моменты исторического творчества, является органическим синтезом идеологических и психологических норм, способом передачи ценностей и оценок. Политический лозунг - не только средство развития творческой активности людей, но и способ проверки действенности политической идеологии [2].

Исходным материалом для создания политического лозунга являются идеологемы, так как в ходе разработки лозунга необходимо учесть интересы, цели и ценности тех, на кого в последствии он будет воздействовать. Идеологемы, которые используются для конструирования политического лозунга обычно разделяют по принципу их значимости для общественности. Так, например, выделяют идеологемы, апеллирующие к общечеловеческим ценностям (благо, мир, закон, гуманизм, прогресс и другие), социоцентристским ценностям (справедливость, равенство, свобода, народ, труд, единство и т.д.), общественно-полезным человеческим качествам (порядочность, честность, совесть, добро и т.д.), державным ценностям (патриотизм, родина, национальные интересы и другое), а также к консервативным или либеральным ценностям [1].

\*\*\*

Таким образом, политические лозунги довольно успешно используются субъектами политики для лоббирования своих интересов в массы. Лозунги имеют достаточно сложную структуру, выражают интересы конкретной электоральной группы, на которую они направлены, и несут в себе идеологическую и ценностную ориентацию, что позволяет оказывать большее влияние на индивидов, чем может себе позволить любое другое средство политической пропаганды.

### Источники и литература

- 1) Мирошниченко А.А. Public relations в общественно-политической сфере: провинциальная практика / А.А. Мирошниченко. — М.: Экспертное бюро, 1998. - 144 с.
- 2) Политологический словарь: <http://na-uroke.in.ua/306-9.html>
- 3) allRefs.net: <http://allrefs.net/c17/3b6y8/>
- 4) studopedia.ru: [http://studopedia.ru/8\\_187257\\_dzhin-sharp-metodov-nenasilstvennih-deystviy.html](http://studopedia.ru/8_187257_dzhin-sharp-metodov-nenasilstvennih-deystviy.html)