

Манипуляционные технологии . Имидж политического лидера. Лектор: И. Г. Напалкова



Манипуляция – это вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями (Е. Доценко).

Специфика политической манипуляции:

- ✓ **обезличенность;**
- ✓ **воздействие на широкие массы – воля меньшинства навязывается большинству.**

Фильм «ОКНА ОБЕРТОНА»

Эффект восприятия усиливается за счет:

- ✓ обаяния;
- ✓ тембра голоса;
- ✓ интонации;
- ✓ мимики;
- ✓ жестов

Манипуляция успешна при условиях:

- ✓ непоколебимой уверенности в своих силах;
- ✓ простоте слога;
- ✓ наличие актерского дарования;
- ✓ владении тембром и эмоциональными оттенками своего голоса;
- ✓ подлинности эмоций;
- ✓ умения рассуждать на любую тему.

**МАНИПУЛЯЦИОННОЕ
ВОЗДЕЙСТВИЕ**

```
graph TD; A["МАНИПУЛЯЦИОННОЕ  
ВОЗДЕЙСТВИЕ"] --> B["УЛОВКИ"]; A --> C["ТЕХНИКИ УБЕЖДАЮЩЕЙ  
КОММУНИКАЦИИ"];
```

УЛОВКИ

**ТЕХНИКИ УБЕЖДАЮЩЕЙ
КОММУНИКАЦИИ**

Уловки в политике

Уловка 1. Перевод спора на противоречия между словом и делом.

Уловка 2. Ссылка на авторитеты.

Уловка 3. Рационализация.

Уловка 4. Двойная бухгалтерия.

Уловка 5. Ложный стыд.

Уловка 6. Игра «красивыми названиями» и «злостными кличками».

Уловка 7. Игра синонимами.

Уловка 8. Внушение.

Уловка 9. Отождествление.

Уловка 10. Очевидность.

Уловка 11. Безальтернативность.

Техники убеждающей коммуникации

1. Техники внимания.
2. Техники доверия.
3. Техники интерпретации.
4. Техники подкрепления.



Техники внимания

1. «Необычный образ».
2. «Производство события» / «создание информационных поводов».
3. «Завышение информационных поводов».
4. «Закладывание шашек».
5. «Переключение внимания».
6. «Разжижение информации».
7. «Активизация шумов».



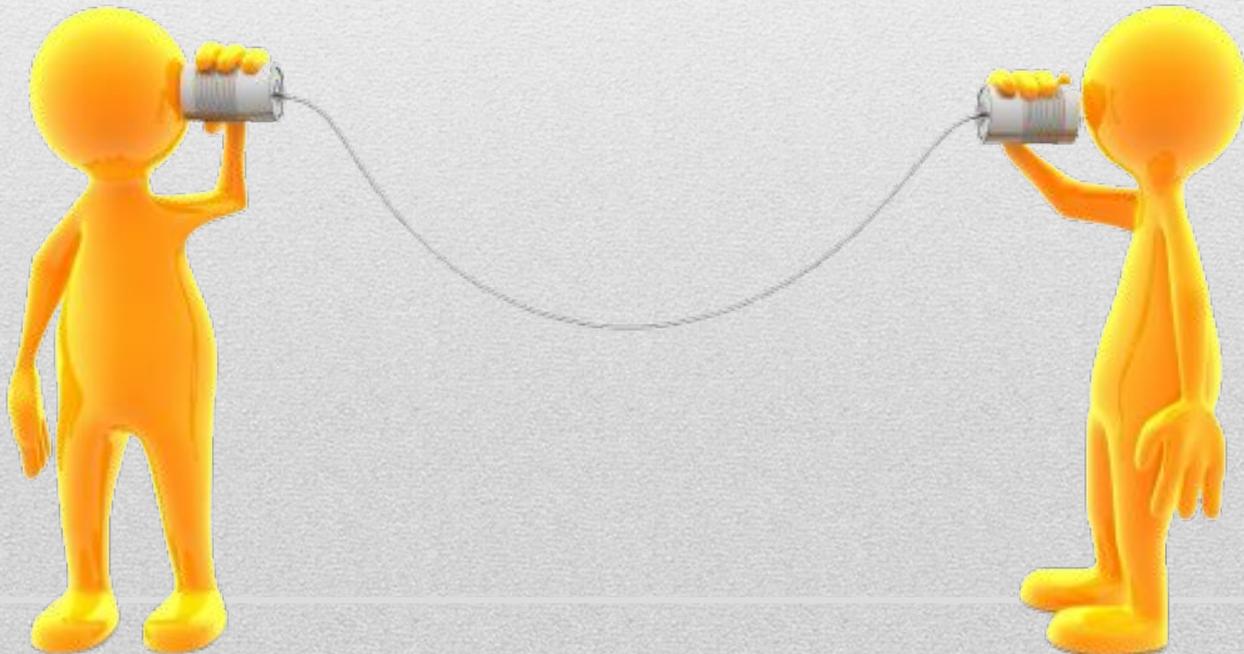
Техники доверия

1. «Привлечь эксперта».
2. «Заловить знаменитость».
3. «Ссылка на авторитеты».
4. «Эффект имени».
5. «Личные свидетельства».



Техники интерпретации

1. «Навешивание ярлыка».
2. «Магия слова».
3. «Перенос».
4. «Яркий пример».



Техники подкрепления

1. «Мнимый выбор».
2. «Повтор».
3. «Агитации последнего дня».
4. «Ореол новизны».



ИМИДЖ ПОЛИТИКА

эмоционально окрашенный образ, который специально формируется в глазах различных социальных групп

манипулятивный психический образ, возникающий благодаря целенаправленным усилиям самого политика и его команды

больше влияет на эмоциональную сферу избирателя и уровень бессознательного; основан скорее на вере, чем на анализе, размышлении и убеждении

ГРУППЫ СОСТАВЛЯЮЩИХ ИМИДЖА ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ
/физические, психофизиологические особенности, характер, тип личности, индивидуальный стиль принятия решений и т. д./

СОЦИАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ
/статус лидера, включающий как статус, связанный с занимаемой официальной позицией, так и с происхождением, богатством и т. д. /

СИМВОЛИЧЕСКАЯ НАГРУЗКА
/лидеры как знаки определённых идеологий, возможного будущего, определённого курса действий/

Гуманитарий

/ Г. Явлинский,
Р. Хазбулатов,
Г. Селезнев,
С. Федоров /

Хозяйственник

/ Ю. Лужков,
Ю. Маслюков,
В. Стародубцев,
Ю. Скоков /

Борец

/ В. Новодворская,
В. Жириновский,
А. Макашов,
Т. Гдлян /

Человек власти

/ Б. Ельцин,
М. Шаймиев /

Силовик

/ А. Лебедь,
А. Николаев,
Р. Аушев,
А. Руцкой,
Я. Рохлин /

Технократ

/ А. Чубайс,
С. Кириенко,
А. Дворкович,
Нил Ушаков /

Бизнесмен

/ К. Илюмжинов,
К. Боровой,
А. Тарасов,
М. Прохоров /

Экзотик

/ А. Чилингаров,
И. Кобзон /

**Основные типажи политиков
(по типологии А. А. Максимова)**

Тип лидера «БОРЕЦ»

Владимир Вольфович Жириновский



- **Самоимидж. Личные качества.**

Дед польский еврей. Хорошее юридическое образование, доктор философских наук. Был арестован в Турции «за коммунистическую пропаганду» – дарил своим знакомым советские значки. Женат, сын.

- **Контекст политической ситуации:** обусловленность временем; потребность избирателей; психологический фактор.

- **Компоненты имиджа:** агрессивная манера разговора, речам характерна уличная образность; все делает эмоционально и энергично; идеалистический стиль мышления; стиль поведения не сдержанный, эмоциональный; внешне подтянут, выбрит, причёсан; характерен военизированный стиль пиджаков, френчей, часто без галстука, не боится ярких цветов; манеры не сдержанные, варьируются от интеллигентности до вульгарности; лидер партии ЛДПР.

- **Заповедь** – «Мать – русская, отец – юрист».

«Восстановите гимн, и страна скажет: «Не надо зарплаты».

«У меня чистые руки, но они будут в крови, если я стану президентом».

«О какой демократии вы говорите, если 65% территории России – вечная мерзлота?!»



Тип лидера «ГУМАНИТАРИЙ» Григорий Алексеевич Явлинский

- ***Самоимидж. Личные качества.***

Спортсмен, хорошо учился, хорошее образование, знает в совершенстве английский язык, доктор экономических наук, работал на заводе угольной промышленности. Выступал с либеральными инициативами. Женат, двое детей.

- ***Контекст политической ситуации:*** потребность избирателей. С развитием ценностей либерализма, у части электората была потребность в кандидате-либерале.

- ***Компоненты имиджа:*** грамотная речь; аргументированное поведение; либеральный, прогрессивный тип мышления («холодная голова»); уравновешенный стиль поведения; внешне подтянут, выбрит, причёсан; одевается сдержано, классически; манеры уравновешенные, обдуманые, академические; партийная принадлежность: партия «Яблоко».

- ***Заповедь*** – «Голосуют за будущее, а не за прошлое».

- ✓ «В политику приходит новое поколение и сейчас самое главное наработка опыта, обучение политически работать в самых не простых условиях».

- ✓ «Все только начинается и теперь многое будет зависеть от нас с вами».

- ✓ «Россия требует перемен! Мы вернем Вам надежду!».



Тип лидера «ХОЗЯЙСТВЕННИК»

Юрий Михайлович Лужков

- *Самоимидж. Личные качества.*

Отец выходец из тверской деревни, мама уроженка башкирского села. Учился в Московском институте нефтехимической и газовой промышленности. В студенчестве подрабатывал дворником, разгружал вагоны. Был известен как комсомольский активист, но в учебе не блистал. Работал на заводе, научным сотрудником в НИИ пластмасс. Член КПСС до 1991 года. Женат, четверо детей (двое от первого брака).

Контекст политической ситуации: региональная обусловленность; потребность избирателей.

Москва как огромный мегаполис после 1990-х гг. требовала жёсткого хозяйственника, способного навести порядок.

- *Компоненты имиджа:* агрессивная манера поведения, строгий контроль; наводит порядок, экономит; консервативный стиль мышления; разноплановый стиль поведения: от академичности до участия в телешоу; внешне подтянут; одевается в зависимости от мероприятий, характерная черта образа – кепка; в манерах не сдержан («русский» мужик); с 2001 по 2010 гг. сопредседатель Высшего совета партии «Единая Россия», вышел из партии сразу после отставки с поста мэра.

- *Заповедь* – «Голосуют за человека-легенду, а не за посредственность».

«Из двух умных людей тот умнее, у которого силы больше». «В большом футболе много и от политики. Но он чище, безусловно. Потому что здесь каждый должен продемонстрировать свои силы».

Формирование политического имиджа в политическом менеджменте: ИМИДЖЕВЫЕ МОДЕЛИ



ЧЕТЫРЕХЛУЧЕВАЯ МОДЕЛЬ ИМИДЖА



МНОГОФАКТОРНАЯ МОДЕЛЬ ИМИДЖА

- харизма личности политика;
- отношение к стране, народу;
 - лидерские качества;
 - сильная воля;
- умение эффективно действовать
 - в экстремальных ситуациях;
 - личное обаяние;
 - высокий интеллект;
- развитие коммуникативного умения;
- высокие нравственные качества;
- успешность предшествующей деятельности;
- потенциал для дальнейшего
 - профессионального роста;
- эффективная деятельность;
 - внешние данные;
- отношение к соратникам;
 - отношение к себе;
 - отношение к близким.

Разработка стратегии на основе положительного образа кандидата

- 1 шаг – определение конкретного положительного образа кандидата.**
- 2 шаг – расширение положительного образа кандидата.**
- 3 шаг – компенсация антиобраза (отрицательного образа).**
- 4 шаг – определение стратегии по отношению к конкурентам.**
- 5 шаг – определение агитационных тем.**

1 шаг – определение конкретного положительного образа кандидата:

- «**Сильная личность**». Как правило, всегда обладает значительным базовым электоратом, что, в частности, объяснят многочисленные победы на выборах представителей силовых структур.
- «**Самый честный**». Базовый электорат у данного типа образа обычно гораздо меньше, чем у «самого сильного». Кроме того, «самому честному» органически присущ некий элемент слабости: говорит все правильно, только сделать ничего не может. Поэтому победа на выборах «самого честного» не может быть достигнута без расширения и усиления его образа.
- «**Чудотворец**»: политик, обладающий уникальными знаниями, умениями и навыками, которые позволяют ему «волшебным» образом улучшить жизнь людей.
- «**Победитель**» - человек, неизменно добивающийся успеха во всех делах: в школе отличник, в спорте чемпион, создал несколько эффективно работающих предприятий и т.д.
- «**Самый умный**». Слабо работающий в России образ. Размеры соответствующего ему базового электората показывают, что данный типаж российскими избирателями не востребован. Правда, как говорят наши коллеги, и на западе у излишне умных кандидатов такие же проблемы.

1 шаг – определение конкретного положительного образа кандидата:

«Борец». Еще один собирательный образ. «Разновидностей» борцов можно встретить великое множество: борец за справедливость, борец против беспредела в ЖКХ, борец за права пенсионеров, борец против строительства вредного для города завода – и т.д.

«Пострадавший за правду» (борец + самый честный): кандидат боролся, из-за происков врагов не смог реализовать себя полностью, но он не прогнулся.

«Робин Гуд» – бандит, но хороший.

БАЗОЙ ИМИДЖА НЕ МОГУТ БЫТЬ:

- Личные качества кандидата :
молодой, современный, продвинутый, энергичный,
симпатичный, мужественный, опытный и др.**
- Принадлежность кандидата к «своим»: из нашего города, с
нашего завода и т.п.**

ЭТИ КАЧЕСТВА МОГУТ РАСШИРИТЬ ОБРАЗ

2 шаг – расширение положительного образа кандидата:

- а) личностное расширение политического образа (дополнительный положительный образ);**
- б) политическое расширение личностного образа (принадлежность к партии);**
- в) расширение через отождествление (заручится поддержкой уважаемых людей, организаций);**

2 шаг – расширение положительного образа кандидата

г) подчеркивание личностных качеств кандидата:

«победитель» – сильная воля, оптимизм, способность преодолевать препятствия, практичный ум;

«самый честный» – правдивость, бескорыстие, бесстрашие, нетерпимость к лжецам.

**НЕЛЬЗЯ ПОДГОНЯТЬ КАНДИДАТА ПОД
УСРЕДНЕННЫЙ ИДЕАЛ.**

За «идеальных» кандидатов не голосуют!

2 шаг – расширение положительного образа кандидата:

д) применение проблемно-адресного подхода:

«победитель» – решит проблемы, потому что он всегда добивается успеха;

«сильная личность» – решит все проблемы путем наведения порядка;

«чудотворец» – решит все проблемы, потому что он знает как и умеет.

е) неполитическое расширение образа (семья, увлечения, хобби).

3 шаг – компенсация антиобраза

ОБРАЗ	АНТИОБРАЗ
Коммунист	Коммунист
Демократ	Разворовали страну
Представитель власти	Бюрократ
Самый сильный	Жестокий, берет нахрапом
Самый честный	Говорит красиво, а сделать ничего не может
Успешный предприниматель	Богатей, ворюга
Профессионал	Зазнайка, умник
Самый умный	Шибко умный
Борец	Горлопан, сутяжник
Победитель	Везунчик

3 шаг – компенсация антиобраза

- 1) не оправдываться;**
- 2) смело предъявить избирателям свой антиобраз;**
- 3) «отстраиваться от аналога» (смело критиковать оппонентов).**

4 шаг – определение стратегии по отношению к конкурентам:

- а) критика из образа («сильный» критикует за слабость; «умный» – за некомпетентность, «чудотворец» – за неумелость, «самый честный» – за ложь);**
- б) формирование образа на контрасте (сильный – деспот, диктатор).**

ОБОРОНА ОТ ВОЗМОЖНОЙ КРИТИКИ:

- 1). Перед тем как защищаться от критики следует подумать:
а стоит ли это делать?**
- 2). Косвенная оборона от критики оказывается эффективнее
прямой.**
- 3). Лучший метод обороны – это нападение.**
- 4). Не следует без необходимости самим раскручивать
негативные для кандидата сюжеты кампании.**
- 5). Вскрывать нарывы заблаговременно.**
- 6). Никогда не жаловаться избирателям, что вас «обижают».**
- 7). Никогда не оправдывайтесь!**
- 8). Используйте критику как рычаг для контратаки.**

ФИЛЬМ «ДИВЕРСИИ ВО ВРЕМЯ ВЫСТУПЛЕНИЙ»

ФИЛЬМ «МЕТОДЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ ВОЛНЕНИЯ»

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!