

Черникова Валентина Евгеньевна

доктор философских наук,
профессор кафедры философии
Северо-Кавказского федерального университета

МАНИПУЛЯЦИЯ МАССОВЫМ СОЗНАНИЕМ КАК ФЕНОМЕН ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

Аннотация:

В статье рассматриваются вопросы, связанные с процессом манипуляции массовым сознанием в условиях информационного общества. Обосновываются теоретические положения, направленные на исследование феномена «манипуляция», выявлена роль масс-медиа в реализации манипулятивного воздействия.

Ключевые слова:

массовое сознание, манипуляция, информационное общество, массовая коммуникация, масс-медиа.

Chernikova Valentina Evgenyevna

D.Phil. (Philosophy),
Professor, Philosophy Department,
North Caucasus Federal University

MANIPULATION OF MASS CONSCIOUSNESS AS A PHENOMENON OF THE INFORMATION SOCIETY

Summary:

The article discusses the issues of the manipulation of mass consciousness in the information society. The author grounds the theoretical positions focused on the analysis of the manipulation phenomenon and considers the role of mass media in the process of manipulative influence.

Keywords:

mass consciousness, manipulation, information society, mass communication, mass media.

Тот факт, что современная мировая система переживает период преобразований в сторону информатизации социальной жизни, очевиден. В этих условиях у человека появляются возможности для творческой самореализации, расширения социальных связей, свободного доступа к информации. Вместе с тем усиливаются негативные тенденции, связанные с формированием стереотипов массового сознания, изменением ценностных ориентиров и стиля жизни, усилением манипулирования массовым сознанием.

Понятие «манипулирование» находится в центре внимания современного социогуманитарного знания. Так, в работах отечественных исследователей манипулирование понимается как форма духовного воздействия, скрытое господство, осуществляемое насильственным путем, управление внутренним миром человека, его духовностью [1]. Е.Л. Доценко видит в манипуляции сознанием «вид психологического воздействия, при котором мастерство манипулятора используется для скрытого внедрения в психику адресата целей, желаний, намерений, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у адресата в данный момент», а также «психологическое воздействие, нацеленное на изменение направления активности другого человека, выполненное настолько искусно, что остается незамеченным им» [2, с. 52].

Манипуляцию можно рассматривать как систему психологического воздействия, ориентированного на насаждение иллюзорного мировосприятия. Существуют соответствующие качества личности, которые наиболее подвержены манипулированию: недостаточно развитое логическое мышление, чувствительность, слабая психическая активность, повышенная эмоциональность, нерешительность, отсутствие самооценки, чувство собственной неполноценности, застенчивость, доверчивость. Достаточно сложно оказывать влияние на человека, который уверен в себе, способен постоять за себя и имеет сформированный взгляд на окружающую действительность [3, с. 77–78]. Манипуляция как форма скрытого воздействия на сознание связана с отсутствием свободного волеизъявления индивида и способности принятия им собственных решений. Основной чертой феномена манипуляции является его скрытый характер. Конечная цель манипулятора состоит в следующем: получить односторонний выигрыш; сформировать специфическое отношение к объекту как к средству для достижения собственных целей; ввести адресата в заблуждение относительно характера подаваемой ему информации. В результате сформированное отношение объекта манипуляции к действительности дает возможность управлять массовым сознанием в нужном для манипулятора ключе.

Манипулирование – это общесоциологический феномен, имеющий место на различных этапах развития общества. Еще в Древнем Китае манипулятивный подход был включен в искусство тайного управления противником. Это искусство передавалось из поколения в поколение и тщательно ото всех скрывалось. Смысл советов древнекитайского полководца и стратега Сунь-Цзы (основоположника «школы военной философии»), обращенных к представителям власти, заключался в том, что противника нужно вводить в заблуждение с помощью различных приемов,

а после этого нападать на него [4]. Свое теоретическое обоснование феномен манипулирования получил в работах Н. Макиавелли. Автор считал, что для сохранения сильного государства необходима манипулятивная политика, которая поможет сохранить баланс между эгоистическими интересами граждан. На протяжении истории общественного развития приемы и методы манипулирования постоянно совершенствовались.

В современной науке существует точка зрения, согласно которой манипулирование – явление, которое не имеет своей истории и отражает особенности только нашего времени. Исследователи исходят из того, что манипулятивные действия могут происходить только в развитом обществе, в котором человеку сложно приспособиться к социальным реалиям, ему необходимо «включиться» в общественную жизнь, подчиниться ее правилам. Осуществление этих процессов невозможно без манипулирования.

Большинство ученых сходятся во мнении, что для существования общества манипулирование необходимо, таким образом демонстрируя положительное отношение к манипулированию. Например, Х. Ортега-и-Гассет отмечал, что общество можно разделить на массы, у которых отсутствует собственное мнение, и избранные меньшинства. «Масса – это посредственность ... Сегодня весь мир стал массой» [5, с. 16]. Поскольку народные массы, по мнению философа, не умеют теоретически мыслить, у них отсутствует возможность адекватного восприятия действительности. Исходя из этого, формирование общественного мнения необходимо возлагать на лидеров, которые могут осуществлять манипулирование эмоциями и поведением народных масс, предотвращая тем самым в государстве анархию.

Соответствующей основой для манипулирования являются биологические и психологические особенности человека. Немецкий социолог Г. Франке считает, что сама структура современного общества способствует активизации манипулятивных процессов. По мнению ученого, постиндустриальное общество необходимо интерпретировать как замкнутую систему, в которой стационарное равновесие определяет ее нормальное состояние. Для поддержания этой системы необходимо действие всех ее элементов. Далее ученый отмечает, что биологическое развитие человека во многом отстает от общественного и технического. Это дает основание полагать, что биологического начала недостаточно для того, чтобы человек приспособился к результатам технического прогресса. Выходом из данной ситуации является необходимость манипулирования человеком, то есть воздействия на него с целью лучшей адаптации к современным условиям [6].

Исследуя феномен «манипуляция» в социально-политическом контексте, С.Г. Кара-Мурза исходит из определения его как способа духовного влияния на человека посредством программирования его поведения. Он отмечает, что манипулирование «направлено на психические структуры человека, осуществляется скрытно и ставит своей задачей изменение мнений, побуждений и целей людей в нужном власти направлении» [7, с. 47]. Рассматривая место манипуляции в современном обществе, Е.Л. Доценко считает, что в любом демократическом государстве только де-юре действуют принципы уважения прав человека, де-факто происходит систематическое и закономерное их нарушение. Причиной, по мнению ученого, является конкурентная борьба, осуществляемая с применением скрытых методов и связанная со стремлением обрести односторонний выигрыш, как правило, в ущерб противоположной стороне. Подобная картина распространена в большинстве видов общественной практики [8].

В информационном пространстве манипулирование сознанием масс осуществляется посредством контроля над информационно-коммуникативными средствами, при помощи которых определяются правила и стереотипы поведения и деятельности человека и которые являются основным средством манипуляции. Являясь скрытым воздействием на массовое сознание, манипуляция, как правило, нацелена на формирование инертности народных масс. В этом одно из ее отличий от пропаганды и агитации, которые действуют прямо и открыто.

На наш взгляд, большую опасность представляет оценка массами феномена манипуляции их сознанием. Большинство убеждено, что без желания человека манипулировать его сознанием невозможно. Однако эксперты уверены, что манипулированию подвержены практически все члены общества, исключение составляют лишь те, кому присущи критические взгляды на происходящее и кто демонстрирует умение анализировать события.

В контексте информационного общества главной ценностью является информация, которую можно рассматривать как «ценный предмет» (товар, источник влияния и т. д.), которым стремятся завладеть и использовать в собственных интересах различные государственные структуры, общественные организации и отдельные личности. В настоящее время основной задачей информации является удовлетворение потребностей массового населения. Информационный продукт, предназначенный для восприятия массами, именуется массовой информацией, которая представляет собой разнообразные сведения, воспринимаемые аудиторией без особого труда.

Подобного рода «новости» не предполагают активную умственную деятельность, обдумывание, анализ, критическое осмысление.

Н. Луман предлагает собственную интерпретацию информации, отмечая, что информация есть форма, которая предполагает наличие определенной структуры, включающей в себя свои элементы, то есть события. События имеют временную характеристику, прошедшие события не исчезают, они всего лишь трансформируют содержание структуры: «Время само вынуждает различать смысл и информацию, хотя всякое воспроизводство смысла осуществляется посредством информации» [9, с. 107]. Таким образом, информация представляет собой сложный и многогранный феномен, требующий рассмотрения с разных научных позиций.

Следующее понятие, которое имеет непосредственное отношение к теме нашей статьи, это «массовая коммуникация», подразумевающая процесс передачи или распределения информации для обширной, разнородной и географически рассеянной аудитории. В информационных обществах появляется множество различных коммуникативных технологий, которые играют роль манипуляторов массового сознания. Один из видов коммуникативного взаимодействия носит название транзактивной медийной коммуникации. Транзактивная медийная коммуникация характеризуется наличием таких межличностных коммуникационных отношений, которые предполагают возможность каждой из сторон одновременно выступать в роли отправителя, получателя или передатчика информации.

Все коммуникативные ситуации, в которых массовое сознание подвержено информационно-психологическому воздействию, можно разделить на три группы.

Первая группа включает в себя такие коммуникативные условия, которые предполагают не только непосредственное взаимодействие и прямой обмен информацией, но и опосредованное, которое осуществляется благодаря телефону, почте, телеграфу, Интернету.

Вторая группа включает в себя сферу коммуникации, в которой массовое сознание подвержено информационному и психологическому воздействию со стороны одного коммуникатора или группы коммуникаторов. Публичные мероприятия (митинги, собрания, шоу) предполагают одностороннюю коммуникацию, которая осуществляется по схеме: «коммуникатор – аудитория».

Третья группа включает совокупность коммуникативных ситуаций, которые отличаются непосредственным информационным воздействием на массовое сознание. Это происходит во время просмотров телепередач, прочтения прессы, взаимодействий с различными масс-медиа.

В представленных ситуациях влияние на массовое сознание осуществляется по принципу от простого (первая группа) к сложному (третья группа). Важно отметить, что информационное воздействие на сознание посредством масс-медиа представляет собой наиболее оптимальный способ манипулирования массовым сознанием, поскольку человек в данной ситуации не вполне ощущает на себе прямое влияние со стороны СМИ.

Основной характеристикой информационной эпохи является всеохватность и всеобщность современных масс-медиа. В результате сформировался «массовый человек», который приобрел новые возможности активного участия в коммуникативных процессах. Г. Шиллер полагает, что информационное общество наилучшим образом отвечает потребностям развитого капитализма. Информация является тем средством, при помощи которого люди включаются в сферу потребления, считая ее основным способом существования в обществе.

Тем не менее, как полагает Г. Шиллер, огромное количество информации, которая в наше время превратилась в товар, не обогащает жизнь человека, а только усложняет ее. Ученый настаивает на том, что избыток информации вредит человеку, он должен получать ее в дозированном виде. Г. Шиллер также полагает, что в информационную эпоху наблюдается усиление неравенства между слоями населения, получение информации напрямую зависит от социального уровня человека: чем ниже социальное положение человека, тем менее качественную информацию он получает, потому как он лишен доступа, например, к новейшим информационным источникам. Массы, по Шиллеру, это «информационные бедняки», которые владеют «информационным мусором» с целью развлечения, удовлетворения потребностей в получении низкопробной информации и т. д. Тем не менее подобного рода информация, манипулируя массовым сознанием, преподносится как продукт, имеющий информационную ценность [10].

Жан Бодрийяр, один из известных представителей философии постмодерна, рассматривал культуру как культуру знаков, которые не отражают действительность, а симулируют ее. Информационные технологии предоставляют потребителю большое количество информации, которая интерпретирует факты и превращает их в своеобразные знаки-симулякры. Вследствие избытка информации в сознании человека происходит своего рода «раздвоение», так как человек не в силах адекватно воспринимать весь объем информации [11].

Когда знаков слишком много, люди перестают разбираться в их смыслах. В итоге им становится трудно обрести истину. Информация перестает восприниматься и начинает просто потребляться. Личности превращаются в обезличенные массы, которые, по Бодрийяру, представляют собой молчаливое большинство, безликую толпу, за которую все решают «сильные мира сего». В них сочетается, с одной стороны, сверхуправляемость, а с другой, абсолютная неуправляемость. В данной ситуации осложняется целостность восприятия реальности, поскольку в условиях огромного количества информации между мышлением и действиями человека встают технологии, которые отделяют одно от другого. Данную ситуацию можно назвать идеальной средой для манипуляции.

Ф. Уэбстер, анализируя причины проявления манипулятивных действий в современном обществе, указывает на борьбу между разными влиятельными группами, которые преследуют свои собственные интересы и добиваются укрепления своих позиций. Лидеры этих групп стремятся преподнести человеку свои личные «узкие» интересы как интересы, якобы отвечающие интересам масс. Таким образом, аппарат «управляемого массовления» преследует не гуманистические цели и идеи, а скрытые материальные интересы [12, с. 204].

В настоящее время самым эффективным способом манипулирования сознанием масс является телевидение. Зачастую телевизионных топ-менеджеров не всегда интересует глубина содержания телепрограмм (исключение составляют лишь идеологически ориентированные проекты). Показателем популярности программ является прежде всего рейтинг, количество зрителей, которые смотрят в данный момент телевизионную передачу. В 80-е гг. XX в. Д. Смит представил формулу успеха масс-медиа – «аудитория как товар», суть которой состоит в следующем: «Издатель привлекает своей информацией внимание аудитории и продает ее рекламодателю. Иными словами, информация в экономическом обороте – не товар, а упаковка. Ныне без соблюдения этой формулы не только успех, но и само существование СМИ невозможно» [13].

Резюмируя, отметим следующее. Общество, в котором мы живем, без сомнения, является информационным. Информация нам необходима, но с ее помощью также осуществляется огромное количество манипуляций. В результате становится сложнее отличать беспристрастную информацию от кем-то «проплаченной», а значит, субъективной или явно манипулятивной.

Массовый человек в большой степени подвержен влиянию извне и психологическому внушению. Поэтому нередко сами власти заинтересованы в массовизации общества. В работах некоторых исследователей выражается мысль о том, что манипуляция сознанием необходима для самих же масс. Например, Х. Тумбер утверждает, что «управление с помощью информации... совершенно необходимо для того, чтобы обеспечить согласованную работу современного правительства. Манипулируя общественным мнением и осуществляя социальный контроль, государство всецело полагается при этом на коммуникацию и информацию» [14, с. 258].

Более обоснованным и верным представляется, однако, другое, противоположное суждение: манипулирование сознанием масс не может быть нормой, а наоборот, является свидетельством отхода общества «от идеи информированного и рационального общества в сторону подтасовок и технологий пиара» [15, с. 258].

Рассмотрев проявление манипулирования в условиях информатизации общества, мы приходим к выводу, что современные информационные технологии являются, с одной стороны, необходимым условием и источником существования общества, с другой стороны, они активно используются в качестве средства манипулирования массовым сознанием.

Ссылки:

1. Бессонов Б.Н. Идеология духовного подавления. М., 2008.
2. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. СПб., 2003.
3. Гончаров Г.А. Суггестия: теория и практика. М., 1995.
4. Сунь-Цзы. Искусство войны / пер. с англ. Н. Рыбальченко ; под ред. Т. Клири. София, 2008.
5. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс. М., 2005.
6. Франке Г. Манипулируемый человек. М., 1978.
7. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М., 2009.
8. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. СПб., 2003.
9. Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории. СПб., 2007.
10. Бессонов Б.Н. Идеология духовного подавления. М., 2008.
11. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального / пер. с фр. П. Суслова. Екатеринбург, 2000.
12. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М., 2004.
13. Цит. по: Владимирова М. Трансформация массового сознания под воздействием СМИ (на примере российского телевидения) : монография. М., 2011. 489 с.
14. Уэбстер Ф. Указ. соч.
15. Там же.

References:

1. Bessonov, BN 2008, *The ideology of spiritual oppression*, Moscow.
2. Dotsenko, EL 2003, *Psychology manipulation: phenomena, mechanisms and protection*, St. Petersburg.
3. Goncharov, GA 1995, *Suggestion: Theory and Practice*, Moscow.
4. Sun Tzu 2008, *The Art of War*, Sofia.
5. Ortega y Gasset, H 2005, *Revolt of the Masses*, Moscow.
6. Franke, G 1978, *Manipulated people*, Moscow.
7. Kara-Murza, SG 2009, *Manipulation of consciousness*, Moscow.
8. Dotsenko, EL 2003, *Psychology manipulation: phenomena, mechanisms and protection*, St. Petersburg.
9. Luhmann, N 2007, *Social systems. Essay on the general theory*, St. Petersburg.
10. Bessonov, BN 2008, *The ideology of spiritual oppression*, Moscow.
11. Baudrillard, J 2000, *In the shadow of the silent majority, or the end of the social*, Ekaterinburg.
12. Webster, F 2004, *Theories of the Information Society*, Moscow.
13. Cit. by: Vladimirova, M 2011 *Transformation of consciousness under the influence of mass media (for example, the Russian TV): monograph*, Moscow, 489 p.
14. Webster, F 2004, *Theories of the Information Society*, Moscow.
15. Webster, F 2004, *Theories of the Information Society*, Moscow.