

УДК 316.6
DOI: 10.21209/2227-9245-2021-27-2-97-102

МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ПРИЕМЫ СМИ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ МАССАМИ

MANIPULATIVE TECHNIQUES OF THE MEDIA AS A TOOL FOR MANAGING THE MASSES

И. В. Романова, Забайкальский государственный университет, г. Чита
il.romanova2010@yandex.ru

I. Pomanova, Transbaikal State University, Chita



Величайшие умы античности положили начало науке убеждать, то есть умению склонить слушателя к заданной точке зрения. Особенно в этом преуспели софисты. Труды классиков показывают, как сложен процесс убеждения. Убедить – значит заставить поверить в свою правоту.

Актуальность исследования обозначенной темы обусловлена стремительно усиливающимся влиянием СМИ на формирование современного общества и управление массами. Несмотря на достаточно большое количество публикаций, проблема не освоена детально при всем том, что технологии стремительно развиваются. Устойчивый интерес исследователей к проблеме предопределяется ее значимостью в социуме.

Объект исследования – манипулирование в управлении.

Предмет исследования – приемы СМИ как инструмент управления массами.

Способ аргументации – ссылки на источники.

Задачи исследования:

- охарактеризовать манипулятивные приемы СМИ;
- рассмотреть управленческие технологии;
- классифицировать инструменты манипулирования.

Цель исследования – научно обосновать эффективность использования манипулятивных технологий СМИ в качестве инструмента управления; рассмотреть формы практической реализации названного феномена.

Методология исследования – принцип объективности, всеобщей связи и развития.

Методы исследования. Основу исследования составили традиционные общенаучные методы; активно применялись методы индукции, дедукции, а также интерпретационные.

Манипуляция предстает как социально-психологическое явление, направленное на человека. При этом инструментами манипулирования выступают идеи, формы, приёмы, способы, методы. Манипулятивное воздействие в рамках массовой коммуникации приобретает форму коммерческой и политической пропаганды. СМИ задают тон в публичных дискуссиях и спорах.

Стремительно усиливается влияние СМИ на функционирование современного общества. Манипулятивные технологии, применяемые для воздействия на общественное сознание, весьма разнообразны. Они предоставляют великое множество возможностей для формирования и укрепления ценностей, установок, моделей поведения. В целях коммуникативного воздействия СМИ активно применяют традиционные технологии и создают новые, позволяющие открывать большие возможности для манипуляции. Названное явление выступает объектом пристального внимания учёных.

Сделан вывод, что СМИ используют широкий круг манипулятивных технологий: традиционных и новационных. Они позволяют воздействовать как на индивида, так и на социум в целом для управления общественным сознанием, внедрением в него заданных моделей поведения. Развитие манипулятивных приемов СМИ позволяет властным структурам внедрять в массы необходимые установки

Ключевые слова: *СМИ; управление массами; манипулятивные приёмы; социальная напряженность; социальный процесс; общественность; академические дебаты; воздействие на сознание; общественное мнение; воздействие на людей*

The greatest minds of antiquity laid the foundation for the science of persuasion, that is, an ability to persuade the listener to a given point of view. The sophists were particularly successful in this. The works of the classics show how complex the process of persuasion is. To convince means to make you believe that you are right.

The relevance of the study of this topic is due to the rapidly increasing influence of the media on the modern society formation and management of the masses. Taking into account a fairly large number of publications, the problem is not studied in detail, despite the fact that technologies are rapidly developing. The steady interest of researchers in this problem is determined by its significance in society.

The object of the study is manipulation in management. The subject of the study is media techniques as a tool for mass management. Method of argumentation is citation of references. The objectives of the study are to characterize the manipulative techniques of the media; describe management technologies; classify manipulation tools.

The purpose of the study is to scientifically substantiate the effectiveness of using manipulative media technologies as a management tools and to consider the practical implementation's forms of this phenomenon. The research methodology is based on the principle of objectivity, universal connection and development.

Research methods. The research was based on traditional general scientific methods; methods of induction, deduction, and interpretation have been actively used.

Conclusion. Manipulation appears as a socio-psychological phenomenon aimed at a person. At the same time, the tools of manipulation are ideas, forms, techniques, and methods. Manipulative influence in the framework of mass communication takes the form of commercial and political propaganda. The media sets the tone in public discussions and disputes.

The influence of mass media on the modern society functioning is rapidly increasing. Manipulative technologies used to influence public consciousness are very diverse. They provide a great variety of opportunities for the formation and strengthening of values, attitudes, and behaviors. For the purposes of communicative influence, the media actively use traditional technologies and create new ones that allow opening up great opportunities for manipulation. This phenomenon is the object of the scientists' close attention.

It is concluded that the media use a wide range of manipulative technologies: both traditional and innovative. They allow you to influence both the individual and the society as a whole in order to control the public consciousness and introduction of specified behaviors into it. The development of manipulative media techniques allows the authorities to introduce the necessary attitudes to the masses

Key words: mass media; mass management; manipulative techniques; social tension; social process; public; academic debate; impact on consciousness; public exercise; impact on people

Введение. Проблема манипулирования в управлении в современных условиях приобрела особую значимость. Низкий уровень жизни преобладающего большинства населения, усиление социального расслоения, безработица породили социальную напряженность. Интерес к этой проблеме за последнее десятилетие значительно возрос. Она стала в центре внимания учёных, а также государственных и общественных деятелей. Социальными процессами, до недавнего времени протекавшими стихийно, становится необходимо управлять. В современных реалиях устойчиво закрепилось представление об управлении как манипулятивной технологии. Вопросы управления стали чрезвычайно актуальной темой общественности и академических дебатов.

Одно из главных мест в управленческих процессах занимают средства массовой информации (СМИ). Их воздействие повседневно проявляется в самых различных фор-

мах во всех сферах социума. Значимость СМИ заключается в том, что они могут оперативно воздействовать на сознание широких масс населения, способствовать формулированию общественного мнения.

Объект исследования – манипулирование в управлении.

Предмет исследования – приемы СМИ как инструмент управления массами.

Способ аргументации – ссылки на источники.

Цель исследования – научно обосновать эффективность использования манипулятивных технологий СМИ в качестве инструмента управления; рассмотреть формы практической реализации названного феномена.

Задачи исследования:

- охарактеризовать манипулятивные приемы СМИ;
- рассмотреть управленческие технологии;
- классифицировать инструменты манипулирования.

Методология и методы исследования. Методологической основой исследования явились принцип объективности, всеобщей связи и развития. Решающим для научного исследования названной проблемы послужило не только ее фактическое существование, но и практическая и теоретическая общественная потребность в ее решении.

Выбор конкретного исследовательского метода соответствует общей стратегии исследования, так как именно общие методологические принципы стали основанием для установления методов исследования. В соответствии с методологией, в рамках которой автором использовались исследовательские приемы, которые приобрели специфическое значение, для исследования были определены качественные методы. Они наблюдают узкую практическую проблему и основаны на отсутствии счета.

В исследовании органично присутствуют такие методы, как анализ и синтез: просеивание информации и отбор нужного материала. Качественные методы избраны автором в целях наблюдения мотивационно-смысловой позиции управленца-манипулятора. В рамках качественного исследования имело место обсуждение аргументов «за» и «против» позиции автора работы. Исследовались мотивационные аспекты поведения акторов, аттитуды, ожидания. Всесторонне представлена картина мнений. Дан описательный и объяснительный анализ.

Результаты исследования и их обсуждение. Взаимодействие СМИ с различными субъектами социума занимает одно из главных мест в их деятельности и проявляется во всевозможных формах. Оперативность и повсеместность СМИ даёт возможность формировать общественное мнение, реализовать установки, соответствующие поставленным целям. Массмедиа транслируют политическую и социальную информацию, которая позволяет человеку адаптироваться в социальной реальности, постоянно присутствуют в жизни каждого человека, побуждают людей к политическим действиям, оказывают огромное влияние на их сознание и чувства, привлекают внимание властей и общественности к социальным и политическим проблемам.

Всемогущим средством массовой информации является телевидение. Оно становится основным механизмом регулирования социальных и политических процессов. В его

деятельности повсеместно просматривается политическое содержание. Не остается без внимания и духовная жизнь общества.

Манипуляция сознанием как технология социального управления все чаще становится предметом серьезного обсуждения. Социальная острота проблемы связана, прежде всего, с прогрессирующим снижением сопротивляемости общественного сознания и сознания отдельных социальных групп манипулятивному воздействию в результате стрессов, высокого психологического напряжения, фрустраций, сопутствующих таким явлениям современной жизни, как экономические, политические, культурные кризисы. Закономерным следствием этого является актуализация научного интереса ко всем факторам, определяющим проблему манипуляции сознанием [7].

В условиях современной российской реальности влияние манипулятивных технологий приобретает особое значение, так как от средств и способов манипуляции актора зависит успешность реализации поставленной цели. Одними из наиболее влиятельных средств манипуляции сознанием являются СМИ. Возможности манипулятивных технологий СМИ дают основания утверждать об их исключительном влиянии на сознание населения. Владение манипулятивными технологиями позволяет расширить возможности управленческих процессов.

Манипуляция сознанием, рассматриваемая как возможность оказывать скрытое воздействие на сознание людей, становится предметом внимания начиная с трудов древнекитайских философов Сунь-Цзы и Сунь-Биня [8]. Современные учёные выделяют два подхода к применению манипулятивных технологий в управлении: один рассматривает манипуляцию как негативный феномен, другой допускает позитивный эффект от манипуляции. Рассматриваемый феномен предопределяется далеко не однозначно.

Манипуляция сознанием основывается на скрытом воздействии на людей в целях управления и контроля над поведением человека. Китайский философ Хань Фэй-цзы, проводя параллели между использованием манипуляций в разных сферах, отмечал, что «подобно стратегу, преграждающему путь противнику путём создания диспозиции, которую занимает этот противник, монарх преграждает пути своих подданных, организуя

масштабный контроль над ними, хотя сам остерегается, будь он вне себя от радости или вне себя от гнева, как бы не раскрылась хотя бы одна его диспозиция внутри страны, дабы избежать чужой власти над собой» [3]. Идея Хань Фэй-цзы о скрытом воздействии на сознание путем подмены собственных интересов людей на интересы управленца, воспринимаемые как собственные, явилась основой манипулятивных технологий современности.

Особое внимание проблеме внутриполитического манипулирования общественным сознанием уделяли древние греки. Они использовали воздействие музыки и театра на общественное сознание в целях процветания и стабильности государства.

В средневековье в качестве средства манипуляции использовали ложь, которую одни рассматривали как негативный, а другие – как позитивный феномен. К примеру, Аврелий Августин считал, что «всякая ложь должна называться грехом... Слова установлены не для того, чтобы люди обманывали друг друга, но для того, чтобы каждый мог довести до сведения другого свои размышления» [1]. Фома Аквинский утверждал, что ложь, в зависимости от поставленной цели, может оказывать не только негативное манипулятивное воздействие, но и позитивное: «грех лжи уменьшается, если она направлена на добро или развлечение, и тогда мы имеем дело с шутилой ложью; или на полезность, и тогда это услужливая ложь, посредством которой субъект стремится помочь другому человеку или спасти его от вреда» [9].

В Новое время английский философ Ф. Бэкон рассматривал манипуляцию сознанием в рамках учения о заблуждениях. Описанные Бэконом психологические характеристики человека, делающие его подверженным заблуждениям, лежат в основе современных представлений о манипуляции сознанием. Среди них можно отметить следующие:

1) ограниченность человеческого разума, склонность к предвзятости, подверженность внушениям;

2) субъективное восприятие действительности по причине ограниченности перцептивных возможностей органов чувств, не позволяющее составить объективное представление о мире;

3) вера в истинность тех теорий, идей, которые предпочитает человек;

4) абсолютное доверие установленным фактам, отрицание не подтвержденных фактами истин и т. д. В результате, люди «неизбежно воспринимают бесчисленное множество обманчивых и ложных образов» [2].

С появлением прессы начался новый этап в сознании манипуляции. Акцент в исследованиях стал смещаться от рассмотрения механизмов и средств манипуляции к рассмотрению особенностей объекта. Французский ученый Г. Лебон осознавая, что для масс появилась возможность влиять на политику, озадачился проблемой управления массой. Он утверждал, что «с того самого момента, когда люди оказываются в толпе, невежда и ученый становятся одинаково неспособными соображать» [4].

Следующие особенности масс выделил З. Фрейд:

– масса импульсивна, изменчива и возбуждима. Ею почти исключительно руководит бессознательное;

– масса легковерна и легко поддается влиянию, она не критична, неправдоподобного для неё не существует. Она думает образам и не знает ни сомнений, ни неуверенности;

– масса склонна ко всем крайностям, и тот, кто хочет на нее влиять, не нуждается в логической проверке своей аргументации;

– массы никогда не знали жажды истины. Они требуют иллюзий, без которых не могут жить [10].

«Масса – это всякий и каждый, кто ни в добре, ни в зле, – считает Х. Ортега-и-Гассета, – не мерит себя особой мерой, а ощущает таким же, “как и все”, и не только не удручен, но доволен собственной неотличимостью». [5]. Теоретик утверждает, что инстинкт послушания и стремление к заданному образцу не позволяют «человеку массы» принимать адекватные решения или сформировать мнение, но без последнего человечество станет «историческим ничто». Поэтому мнения «следует втиснуть в людей под давлением извне, как смазочное масло в машину» [5, с. 140], тем более сейчас, когда массы, не имея на то предпосылок, претендуют на руководство обществом.

В российской науке манипуляция сознанием стала изучаться с конца XX в. Изучая манипуляцию сознанием, В. П. Пугачев [6] основной акцент делал на средства массовой информации, полагая, что это самое

действенное средство воздействия. По мысли Пугачева, они имеют ряд преимуществ по сравнению с другими методами воздействия:

- 1) осуществляется незаметно для управляемых;
- 2) не влечёт за собой прямых жертв и крови;
- 3) не требует больших материальных затрат, необходимых для подкупа или успокоения многочисленных политических противников.

Манипулирование как способ социального управления получило широкое практическое применение. Технология манипулирования обычно основывается на тщательном внедрении в массовое сознание идей, воспринимаемых массами преимущественно на веру. Для укоренения заданных идей применяются богатейшие технологии, к примеру, демагогия. Это отработанная тактика ведения дискуссии, всегда направленная на победу. Манипулятор при этом использует нечестные дискуссионные приемы. Его цель – поставить оппонента в тупик, продемонстрировать его несостоятельность, тем самым навязать альтернативное решение проблемы.

Продвигая свою позицию, манипуляторы в качестве доказательного аргумента используют такие фразы, как «учёные доказали», «всем давно известно», и т. п. Такие утверждения сбивают с толку, и человек не решается противостоять им, тем самым признаёт свою несостоятельность. Манипулятор сосредотачивает внимание на частностях, апеллируя к тому, что оппонент во всем путается. Также наиболее часто используется прием, когда следствие выдают за причину.

Для свидетелей дискуссии, не понимающих сути спора, используют вопиющий прием объявить, что оппонент не представил доказательства в пользу своей позиции. В современном мире бизнеса и рыночных отношений, взорвавшемся значительными переменами, новым образом мыслей и действий, впечатляющее воздействие оказывают такие манипулятивные технологии, как теоретический формализм, темпоральная индукция, инверсия презумции, отрицание логики, ответ вопросом на вопрос, выдача достоинств за недостатки и другое. С неугасающей силой используются и издревле созданные технологии, к примеру, софизм. Еще в V–IV вв. до н. э. древнегреческие философы, овладевая ораторскими приемами полемики, изощрен-

но внедряли хитроумные выдумки и уловки, не заботясь о достоверности утверждения. Софисты изобрели различные приемы ведения спора. Среди них софизм относится к логическим методам умышленно нечестного ведения дискуссии. Овладев искусством софистики в споре, софисты не всегда достигали победного исхода. Эту проблему они стали решать, пропагандируя свою идею о том, что объективной истины не существует: у каждого человека своя истина. В мире все субъективно и относительно. Суть софистского искусства заключается в том, что оратор должен добиться победы в дискуссии посредством логических приемов: побеждает не тот, кто отстаивает истину, а тот, кто владеет ораторскими приемами полемики. Протагор, один из софистов, утверждал, что задача софистов – представить наилучший аргумент как наилучший с помощью использования хитроумных уловок в речи, в рассуждении, заботясь не об истине, а об успехе в споре, или о практической выгоде.

Манипулирование проложило себе широкую дорогу благодаря СМИ и политическим технологиям. Чтобы эффективно отстаивать свои цели, манипуляторы применяют коммуникативные ловушки, которые рассматриваются как инструменты управления сознанием масс. Манипулирование – один из методов скрытого управления. Манипулятор маскирует подлинную цель своих высказываний, подменяет ее ложной, он умеет оказывать влияние на людей, не используя при этом технологии «мягкого» манипулирования, а также «ловушки» манипулирования. Это навязывание однозначной оценки ситуации; сужение возможностей решения проблемы; искусственное создание дефицита времени; иллюзия простого решения, свехобобщение: формирование и использование «комплекса вины»; усыпление бдительности; проработывание смежной темы; неэквивалентный обмен; использование желаний быть последовательным; псевдоприсоединение.

Заключение. Манипуляция предстаёт как социально-психологическое явление, направленное на человека. При этом инструментами манипулирования выступают идеи, формы, приёмы, способы, методы. Манипулятивное воздействие в рамках массовой коммуникации приобретает форму коммерческой и политической пропаганды. СМИ задают тон в публичных дискуссиях и спорах.

Список литературы

1. Блаженный Августин. Творения. Теологические трактаты. СПб.: Алетея, 1998. С. 53.
2. Бэкон Ф. Сочинения: в 2 т. Т.1. М.: Мысль, 1977. С. 74.
3. Жюльен Ф. Трактат об эффективности. М.; СПб.: Московский философский фонд: Университетская книга, 1999. С. 127.
4. Лебон Г. Психология народов и масс. М.: Макет, 1995. С. 170.
5. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс. М.: АСТ, 2008. С. 45–46.
6. Пугачев В. П. Средства массовой коммуникации в современном политическом процессе // Вестник МГУ. Серия 12. 1995. № 5. С. 3–16.
7. Романова Н. П., Скрипкарь М. В. Молодежь и кинематограф: манипуляция сознанием: монография. Чита: ЧитГУ, 2010. 181 с.
8. Сунь-Цзы, Галиарди Г. Искусство войны и искусство управления. СПб.: Нева, 2002. 160 с.
9. Фома Аквинский. Сумма теологии. Вопросы 1–64. Ч. 1: Вопрос 16: Об истине; Вопрос 17: О лжи. М.: Издатель Савин С.А., 2006. С. 405.
10. Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого «Я». М.: АСТ, 2005. 192 с.

References

1. Blazhenny Avgustin. *Tvoreniya. Teologicheskie traktaty* (Creations. Theological treatises). St. Petersburg: Aleteia. 1998, p. 53.
2. Bekon F. *Sochineniya: v 2 t. T.1* (Essays: in 2 vol., vol. 1). Moscow: Mysl, 1977, p. 74.
3. Zhulien F. *Traktat ob effektivnosti* (A treatise on efficiency). Moscow; St. Petersburg: Moscow Philosophical Foundation: University Book, 1999, p. 127.
4. Lebon G. *Psihologiya narodov i mass* (Psychology of peoples and masses). Moscow: Maket, 1995, p. 170.
5. Ortega-i-Gasset H. *Vosstanie mass* (Uprising of the masses). Moscow: AST, 2008, pp. 45–46.
6. Pugachev V. P. *Vestnik MGU. Seriya 12* (Bulletin of the Moscow State University. Series 12), 1995, no. 5, pp. 3–16.
7. Romanova N. P., Skripkar M. V. *Molodezh i kinematograf: manipulyatsiya soznaniem: monografiya* (Youth and cinema: manipulation of consciousness: a monograph). Chita: ChiTGU, 2010, 181 p.
8. Sun-Czy, Galiardy G. *Iskusstvo voyny i iskusstvo upravleniya* (Art of war and the art of management). St. Petersburg: Neva, 2002, 160 p.
9. Foma Akvinsky *Summa teologii. Voprosy 1–64. Ch. 1: Vopros 16: Ob istine; Vopros 17: O lzhi* (The sum of Theology. Questions 1-64. Part 1: Question 16: About the truth; Question 17: About lies). Moscow: Publisher Savin S. A., 2006, p. 405.
10. Freyd Z. *Psihologiya mass i analiz chelovecheskogo «YA»* (Mass psychology and analysis of the human "I"). Moscow: AST, 2005, 192 p.

Коротко об авторе

Briefly about the author

Романова Илона Валерьевна, д-р социол. наук, профессор кафедры гражданско-правовых дисциплин, Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия. Область научных интересов: гендерная социология, деловые коммуникации, региональные социально-экономические проблемы, социальная статистика
il.romanova2010@yandex.ru

Ilona Romanova, doctor of sociological sciences, professor, Social and Legal Disciplines department, Transbaikal State University, Chita, Russia. Sphere of scientific interests: gender sociology, business communications, regional socio-economic problems, social statistics

Образец цитирования

Романова И. В. Манипулятивные приемы СМИ как инструмент управления массами // Вестник Забайкальского государственного университета. 2021. Т. 27, № 2. С. 97–102. DOI: 10.21209/2227-9245-2021-27-2-97-102.

Romanova I. V. Manipulative techniques of the media as a tool for managing the masses // Transbaikal State University Journal, 2021, vol. 27, no. 2, pp. 97–102. DOI: 10.21209/2227-9245-2021-27-2-97-102.

Статья поступила в редакцию: 03.03.2021 г.

Статья принята к публикации: 24.03.2021 г.