

МАНИПУЛИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ В ПОСТТОТАЛИТАРНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

В статье рассматриваются психологические, этические, социальные и политические аспекты развития современного посттоталитарного общества и анализируется, сохраняющийся в нем в новых формах со времен недемократического устройства общества, феномен - манипулирование общественным мнением с политической целью. Особое внимание уделяется роли масс-медиа в манипуляционных кампаниях и мероприятиях.

Ключевые слова: масс-медиа, манипуляция, политический интерес, психологическая и этическая детерминация.

Введение

Несмотря на то, что такие термины, как манипуляция, злоупотребление деятельностью масс-медиа с целью искажения реальности, гипертрофия пропаганды на уровне подсознания и т.д., мы привыкли приписывать скорее недемократическим режимам (где пропаганда и связанные с ней методы манипуляции имеют устойчивое и не очень уважительное место в иерархии власти, или же принудительных рычагов воздействия правящей группы), даже демократические режимы не избавились от этого феномена. Очень убедительно это можно иллюстрировать примерами развития посттоталитарных стран Европы в 1990-х годах прошлого и начальных годах нынешнего столетия. Пропаганда и манипуляция – в тесной связи с масс-медиа, средствами массовой информации, их владельцами и рядовыми журналистами – лишь приняли на себя новые, в чем-то более изощренные формы и обличья.⁶ Для этого часто используются утонченные технологии, основанные на более изобретательных психологических, а также экономических, социологических и других основах

В этой короткой статье мы отметим в общей плоскости, прежде всего, предпосылки, которые должны соблюдать и выполнять манипулятор для того, чтобы цель его манипуляции была успешной и эффективной. Практика последних двадцати пяти лет показывает, что ряд манипуляционных кампаний и мероприятий имели успех, и их более тщательного изучение приводит к пониманию, что любая такая деятельность объективно вынуждена была соответствовать определенным условиям и факторы, чтобы достичь желательного эффекта.

Конечно, главное внимание мы должны уделять миру средств массовой информации, где в подавляющем большинстве, по словам философа и писателя Ладислава Климмы, происходят «борьба за всё». Кроме того, масс-медиа, как правило, имеют возможность многие такие явления ускорять, подкреплять, направлять посредством типичных медийных манипуляционных методов (наименее бросается в глаза и в то же время самой эффективной является теория информационной повестки дня - agenda-setting⁷, но не только она).

Одна из печально симптоматических характеристик развития чешской (а в целом: восточноевропейской или, если хотите, посттоталитарной) демократии примерно в период после 1990 года связана именно со злоупотреблением средств массовой информации различными, обычно стоящими за кулисами, вне видимого горизонта, группами влияния, которые пытались вмешиваться в события на политической арене с целью достижения своих

⁶ Об основных различиях между пропагандой и использованием манипуляционных практик в демократических и недемократических режимах очень хорошо пишет Матеј Иловецки (Maciej Iłowiecki), работа которого вышла вначале на словацком языке (in: Сила и бессилие масс-медиа – вместе с Т. Засепој, Třnava: TUT 2003) а потом и на чешском (in: Манипуляция в масс-медиа – вместе с П. Жантовским, Praha: UJAK 2008).

⁷ McCombs, M.: Agenda setting. Praha: Portál 2009

суб'єктивних вигод путем создания ложного впечатления о том, что общество находится в опасности, что опасности подвергаются ценности, разделяемые обществом и считающиеся завоеваниями нашего пути к демократии. Для этого данные конструкторы виртуальных псевдособытий устанавливают неофициальные, но очень прочные связи с заинтересованными журналистами, которые часто и фактически, и политически разделяют их мотивы. Благодаря им и только через них можно эффективно влиять на общественное мнение и моделировать в нем подобие реальности, которая впоследствии служит в качестве плодородной почвы для достижения поставленных целей. Эта махинация с реальностью часто имеет вид своего рода дезинформационного «инцеста». Дезинформации, запускаемые в общественное пространство, совместно с действием важного союзника - времени и в течение этого времени реализуемого умножения первоначальной неправды, становится публично признаваемой «правдой». Затем наступает вторая волна дезинформации, которая в своей аргументации опирается на оную новую «правду», ссылается на нее и оправдывает свои усилия стремлением устранить беззаконие. Что это беззаконие, уже не вызывает никаких сомнений. Ведь в этом убеждено всё общество! И в результате, эта выдуманная виртуальная реальность становится тараном в руках того, кто ее подделал и подбросил в общественное пространство, и она обычно является фактором ускорения успешной кампании мистификатора на его пути к благам и власти. Как это ни парадоксально, в это время он, как правило, надевает маску борца за правду, честь и справедливость, и общественность - по крайней мер, некоторое время – этому верит. Такими ляпсусами и фолами чешский и европейский путь к мнимой демократии усеян все время, начиная с 1989 года. Но благодаря им, этим мистификаторам и деформаторам реальности удается очень разрушительно действовать на уровень доверия общественности к политике как таковой, общественность перестанет верить, что в политике можно действовать чистыми методами, в общественных интересах, профессия политика становится синонимом неправды, лжи и обмана. Если первоначально большинство общества с энтузиазмом воспринимало идеи о будущей демократии, то с течением времени из них все более окончательно становится всего лишь мираж и источник индивидуального и социального разочарования⁸.

Общие предпосылки успешной медийной политической манипуляции

Для того, чтобы медийная и ее посредством, главным образом, политическая манипуляция была успешной, то есть достигла желаемого эффекта - реальной политической перемены, необходимо иметь несколько априорных предпосылок, а именно, как внутренних, субъективных, преимущественно психологических, так и внешних, более или менее объективных – прежде всего политических, социальных, социологических (демографических, особенно касающихся образованности), и др. Если это окажется, так сказать, плодородная почва, то можно предположить, что манипуляция будет успешной. Показательно, что легче можно манипулировать в том случае, когда общество, которое подвергается манипуляции и изменение поведения которого является истинной целью манипуляции, находится еще на более низкой ступени развития к тому, что обычно называют гражданской зрелостью. Этим подразумевается способность гражданина как личности и общественности как специфического субъекта (который является не просто суммой или усредненным показателем индивидуальных гражданских позиций, но часто своеобразным социально-психологическим субъектом, который создает свои собственные специфические ценностные рамки и поведенческие приоритеты или афинити-индексы⁹, то

⁸ Более подробно об этом процессе пишет, напр., Матоушкова, М.: Доверие в политические институты ЧР – анализ Когоута. Вино: FSS MUNI 2011, Или Линек, Л. Предательство мечты? Структура и динамика отношения к политическому режиму и его институтам и ее последствия., Praha: Sociologické nakladatelství. 2010

⁹ Общественность по определению современной философии и социологии – это группа, интересующаяся общественной жизнью (политической, экономической, социальной, культурной и т.п.) и управлением государства и стремящаяся к влиянию на управление общественными делами, как правило, посредством масс-медиа. К ее основным функциям относятся функции политического и социального контроля и функция

есть индексы соответствия), хорошо понимать процессы, которые происходят вокруг граждан и общественности.

Это понимание является ключом к зрелому гражданскому поведению, поступкам, принятию решений. Упрощенно говоря, способность понимать указанные процессы и в соответствии с этим принимать рациональные решения, можно назвать его политической или просто гражданской грамотностью. С увеличением уровня гражданской грамотности, сокращается пространство для манипуляций. Это очевидный и исторически многократно проверенный факт.

Идейная или политическая индоктринация всегда проходила легко там, где отсутствовала - по объективным или субъективным причинам – та самая элементарная способность рационально противостоять обработке, когда некая сильная эмоция взяла верх над разумным толкованием фактов. Типичным примером может служить развитие в Чешской Республике и других странах Восточной Европы после Второй мировой войны. Вероятно, самым сильным фактором общественной динамики в тот исторический момент был непосредственно испытанный, весьма драматический эмоциональный опыт нацистского угнетения, который де-факто исчез в момент вступления советских войск на территорию протектората Чехии и Моравии и других оккупированных нацистами стран. Было очевидно, что тот, кто принес стране мир и свободу, будет окружен спонтанным ореолом Спасителя, который автоматически одарен способностью все знать и решать как лучше и, таким образом, быть ярким примером для всеобщего подражания. Здесь следует искать причины почти что иррационального поклонения советскому вождю И.В. Сталину, которое испытывали даже люди, имевшие значительные предпосылки, с точки зрения образования и опыта, не поддаваться такой очевидной манипуляции¹⁰.

Психологические условия успешной манипуляции

Для того чтобы манипуляционная кампания была эффективной, она должна соответствовать, прежде всего, психологическим предпосылкам, выйти навстречу подготовленной, эмоционально открытой аудитории, и если такой аудитории нет, предварительно сформировать ее или исказить в нужном направлении.

С содержательной точки зрения аудиторию питают постепенно увеличивающимся потоком информации, имеющей способность создавать атмосферу симпатии или антипатии по отношению к какому-либо явлению, феномену или личности, и эту постепенную эмоционально насыщенную психологическую подготовку затем завершают вложением того самого главного манипуляционного «бриллианта», задачей которого является довести всё до сих пор сказанное до кульминации и в то же время окончательно подтвердить и удостоверить его.

Чтобы это могло произойти, необходимо, прежде всего, следовать объективным закономерностям, описанным в многочисленных исследованиях психологии личности.

Что является смыслом и целью манипуляции? Изменение позиции объекта. То есть управление тем, как объект оценивает явление или событие, как воспринимает их и какие при этом «включает» чувства, сопереживания.¹¹ «Ценности» в этом контексте могут быть определены просто как «эмоционально тонированные понятия добра и зла».¹² Благодаря такому созданию ценностей возникают основные идеи, например, идея справедливости как определенный моральный код.¹³ Из этих «идей» (позиций и комплексов оценочных критериев) личность формирует свою «личную идеологию» (которую часто неточно

легитимности (к общественности проявляют интерес субъекты, которые для своей легитимности нуждаются в поддержке общественного мнения). (Райфова,И. Словарь медийной коммуникации. Praha: Portál. 2004: 307-309)

¹⁰ Исключительно ценную работу о том, куда может довести успешная манипуляция общественным мнением, массами, по-современному говоря, найдете в книге Курцио Малапарте (Curzia Malaparte) Государственные перевороты – как они делаются и как им воспрепятствовать. Praha: Orbis 1933

¹¹ Наконечный, М.: Психология личности. Praha: Academia 1995, str. 118

¹² Samoff, I.: Personality dynamics and development. New York, London 1962, str. 79

¹³ Там же, с. 296

называют жизненной философией).¹⁴ И только эффективной атакой этой личной идеологии можно достичь устойчивого воздействия обработки.

В этом контексте необходимо обратить внимание на несколько важных элементов, обеспечивающих динамику. Одним из них является стадный инстинкт, или интуитивная потребность объединения и совместного разделения взглядов, ценностей и идей.¹⁵ С этим тесно связан вопрос авторитета. Адомо однозначно отмечает, что потребность личности идентифицироваться с авторитетной (даже авторитарной) личностью является равнодействующей силой комплекса неполноценности.¹⁶ Личность, не уверенная в своих взглядах, имеющих потребность идентификации с авторитетом, получает в этом случае необоснованное, но психологически чрезвычайно эффективное впечатление, что она сама становится частью этого авторитета и принимает все его мнимые добродетели и достоинства.

Наконечный считает базовыми символами авторитаризма, прежде всего, сильный конвенционализм, догматизм, агрессивность и «комплекс покровителя»; цитирует даже Х. Шмидт-Муммендей: «Демократические методы неэффективны, если надо образумить глупца¹⁷». И еще добавляет комплекс враждебности: наши идеи лучше, и поэтому мы находимся под угрозой и в окружении врагов.¹⁸

В чем суть этой поэтапной психологической игры? Главным образом это вопрос свободы воли. Авторитет внушает управляемому лицу, что он действует по своей собственной воле. Таким образом, он носитель добра. Наконечный напоминает в этой связи кантовское понятие соединения свободной воли с морально нормативными аспектами: «Никто не сделает ошибку, если он знает, что надо сделать правильно, но действительно ли это для морали? Кажется, что нет».¹⁹ С точки зрения принципа детерминизма, «проблема свободы воли в психологической плоскости представляется как проблема простого впечатления, что личность действует „по своей собственной воле“, что может быть вызвано рационализацией поступка, осуществленного в результате давления извне. Представление личности, что она действует свободно, то есть, по собственным мотивам часто бывает всего лишь иллюзией²⁰».

Таким образом, обобщая, можно сказать, что действия по манипуляции эффективны тогда и только тогда, если они направлены на субъект, не имеющий соответствующей информации, которая преднамеренно постепенно индокринируется информацией уже искаженной, неполной и не совсем правдивой или полностью ложной. Эта индокринация создает в личности эмоциональную почву для восприятия сильного внешнего импульса, почти приказа, к изменению идеи, или комплекса идей и фиксации этой новой «философии», и впоследствии к изменению конкретного поведения, например, при голосовании.

Этот процесс имеет тенденцию получать ускорение благодаря действию авторитета, представленного субъекту как носитель единственно правильной «философии», с которой субъект смеет отождествиться (положительный импульс), потому что неотождествление означает исключение из стада и осуждение за неправильную позицию (отрицательный импульс).

Все эти психологические факторы работают более или менее независимо от того, относится ли субъект к той или иной социальной, образованной, возрастной и т.д. структуре, поскольку квалифицированный манипулятор учитывает эти субъективные факторы еще до начала манипуляционного воздействия, которая, по их мнению, формирует и адаптирует их к актуальной ситуации и аудитории. Важно то, что личность и аудитория, с принятием этих

¹⁴ Наконечный, М.: Психология личности. Praha: Academia 1995, str. 121

¹⁵ Там же, с. 128

¹⁶ Adorno, Th. W., Frenkel-Brunswick, E., Levinson, D.J., Sanford, R.N.: The Authoritarian personality. New York 1950

¹⁷ Наконечный, М.: Психология личности. Praha: Academia 1995, str. 148

¹⁸ Там же, с. 148

¹⁹ Там же, с. 239

²⁰ Там же, с. 239

результатов ценностной и позиционной манипуляции (в своем большинстве бессознательно), лишается собственной свободной воли и подменяет ее одной лишь иллюзией свободной воли.²¹

Этические аспекты медийной манипуляции

Как все-таки бороться с манипуляцией? Общие предпосылки для элиминации медийного манипулирования общественностью состоят в строгом следовании принципам журналистской этики, то есть кодекса поведения средств массовой информации (и журналистов в них), которые являются мерилем их определения, что такое правда (этичное) и неправда (неэтичное) с точки зрения основного интереса работы средств массовой информации, т.е. предоставления соответствующей, полной и беспристрастной информации²².

Всякая деформация этот процесс в частных интересах некоторых участников медийного процесса (журналиста или самого средства массовой информации или групп влияния, стоящих вне СМИ, - политических, экономических и др.) приводит к искажению реальности и к манипулированию. Упрощенную, но хорошую для использования дефиницию дает Поттер²³.

Манипуляцией в СМИ с этической точки зрения занимается также Анна Ремишова. Приводя предупреждение Бернарда Гольдберга, описывающего систематического манипулирования информацией и аудиторией в некоторых американских СМИ²⁴, она совершенно правильно отмечает, что одним из основных этических последствий манипуляции средствами массовой информации, является распространение нетерпимости в обществе.²⁵

Часто, особенно, когда дело доходит до алибиистского стремления заменить спонтанные естественные этические чувства притворной борьбой за «хорошее», «благо», какие-либо временный или узконаправленные ценности, которые положительно воспринимается лишь частью общественности, но всем остальным внушаются как несомненные и такие, которых следует придерживаться и жертвовать для них, в том числе этические, мы слышим утилитаристские объяснения: в том или ином вопросе стоит отступить от абсолютных норм, приспособить естественные этические императивы сиюминутным нуждам, времени, кампании (или любых других возможных детерминант), и, короче говоря, повернуть моральный принцип в том направлении, который служит нашим (обычно манипулированным) интересам. Такое поведение, как правило, легко идентифицировать, и оно выдает очень неэтично мотивы «носителя» и его скрытые намерения.

Наглядный пример того, к чему приводит утилитаристское понятие морали и этического поведения, дает, например. Роберт Шлеман – он показывает, насколько опасно полагаться на обманчивое представление, что мы делаем свои поступки во имя добра.²⁶

²¹ О всеильном воздействии таким образом использованных авторитетов и манипуляции с ценностными мирами людей пишет Германн Брох (Hermann Broch) в книге «Теория массового сумасшествия. Записки по психологии политики. Praha: Academia 2013

²² Больше о том же Райфова, И. и кол.: Словарь медийной коммуникации. Praha: Portál 2004

²³ „В основе каждого этично направленного поведения лежит то, как профессионал: а) оценивает ситуацию, в которой находится; б) какие ценности в ней видит; с) какие принципы к ней относит; d) какие собственные обязательства при этом решает.“ (Potter, R.B.: The Logic of Moral Argument. In: Deats, P. (ed.): Toward a Discipline of Social Ethics. Boston: Boston University Press 1972

²⁴ Гольдберг, Б.: Как журналисты манипулируют. Praha: Ideál 2005

²⁵ Ремишова, А.: Этика масс-медиа. Bratislava: Kalligram 2010, str. 244

²⁶ „Нацеленность поведения на комплекс последствий лишает человека ориентации и ставит его перед каждым соблазном и каждой манипуляцией. А так как это еще не ведет к лучшему миру, утилитарист вступает в противоречие с самим собой: ведь он же хочет тот лучший из миров. Однако как раз лучший из миров не будет создан тем, что каждый поставит перед собой цель построить лучший из миров. То есть даже с утилитаристского точки зрения утилитаристская ориентация поведения скорее вредна, чем полезна.“ (Шлеман, Р.: Основные этические понятия и позиции. Praha: Svoboda 1995, str. 59-60)

Общий вывод прост: всегда, когда мы в социальном (и тем более, в явно политическом) дискурсе встречаемся с риторикой, ратующей «за добро», за «лучший мир», за «повышение морального духа» и т.д., мы можем быть вполне уверены, что нам готовят очень неэтичный сюрприз, в результате которого мы не получим ни «добра» ни «лучшего мира», просто нам уготована недостойная роль аудитории или пешек в хитроумной игре того, кто манипулирует нами с целью укрепления своих активов, неважно каких – точно можно сказать лишь одно: это не наши активы.

Моралистические аргументы делает манипуляцию лишь еще более отвратительной и достойной осуждения, чем какие-либо другие более грубые ее проявления. Но потому что большая часть общественности отличается высокой чувствительностью к этическим вопросам и имеет спонтанное чувство морали, очень часто эта моралистическая риторика используется манипулятором успешно: в этом ее большая опасность. Дело в том, что она атакует не разум, она нападает на эмоции.

Литература:

1. Adair, G.: Pseudo-event's corner, Sunday Times, London 15.10.1995.
2. Adorno, Th. W., Frenkel-Brunswick, E., Levinson, D.J., Sanford, R.N.: The Authoritarian personality. New York 1950.
3. Broch, H.: Teorie masového šílenství. Příspěvky k psychologii politiky. Praha: Academia 2013.
4. Goldberg, B.: Jak novináři manipulují. Praha: Ideál 2005.
5. Habermas, J.: The structural transformation of the public sphere. Cambridge: Polity Press 1989.
6. Пловіцкий, М., Засепа, Т.: Моч а немоч médií. Trnava: TUT 2003.
7. Пловіцкий, М., Žantovský, P.: Manipulace v médiích. Praha: UJAK 2008.
8. Klíma, L.: Boj o vše. Olomouc, Votobia 1995.
9. Linek, L. Zrazení snu? Struktura a dynamika postojů k politickému režimu a jeho institucím a jejich důsledky., Praha: Sociologické nakladatelství. 2010.
10. Malaparte, C.: Státní převraty – jak se dělají a jak se jim zabraňuje. Praha: Orbis 1933.
11. Matoušková, M.: Důvěra v politické instituce ČR - kohortová analýza. Brno: FSS MUNI 2011.
12. McCombs, M.: Agenda setting. Praha: Portál 2009.
13. Nakonečný, M.: Psychologie osobnosti. Praha: Academia 1995.
14. Potter, R.B.: The Logic of Moral Argument. In: Deats, P. (ed.): Toward a Discipline of Social Ethics. Boston: Boston University Press 1972.
15. Reifová, I. a kol.: Slovník mediální komunikace. Praha: Portál 2004.
16. Remišová, A.: Etika médií. Bratislava: Kalligram 2010.
17. Sarnoff, I.: Personality dynamics and development. New York, London 1962.
18. Spaemann, R.: Základní mravní pojmy a postoje. Praha: Svoboda 1995.

Жантовський П. Маніпулювання громадською думкою в посттоталітарній реальності

У статті розглядаються психологічні, етичні, соціальні та політичні аспекти розвитку сучасного посттоталітарного суспільства і аналізується, що зберігається в ньому в нових формах з часів недемократичного устрою суспільства, феномен - маніпулювання громадською думкою з політичною метою. Особлива увага приділяється ролі мас-медіа в маніпуляційних кампаніях і заходах.

Ключові слова: мас-медіа , маніпуляція , політичний інтерес, психологічна й етична детермінація.

Zhantovsky P. Manipulation of public opinion in the post-totalitarian reality

The essay deals with psychological, ethical, social and political dimensions and the development of contemporary post-totalitarian society, and analyzes the phenomenon that it in new forms continues from the time of undemocratic social arrangements - the manipulation of public opinion with political goal. In particular, attention is paid to the role of the media in handling campaigns and activities.

Keywords: *media manipulation, political interest, psychological and ethical determination.*