

И. М. Иванов – магистрант кафедры бизнес-информатики

А. Г. Степанов (д-р пед. наук, проф.) – научный руководитель

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ МАНИПУЛЯЦИИ ОБЩЕСТВОМ

Сегодня трудно представить нашу жизнь без средств массовой информации. Они окружают нас практически повсеместно, в силу чего человек постоянно находится под их влиянием. Для многих из нас СМИ являются главным источником получения информации, а между тем, мало кто задумывается, как формируется его мнение относительно тех или иных событий, достоверностью получаемых сведений и истинной целью их передачи.

Изначально СМИ действительно были средством передачи информации, сегодня же это инструмент манипуляции обществом. Значимость проблемы становится наиболее понятной, когда пытаешься понять, как уйти от этого влияния и приходишь к мнению, что это невозможно, в силу того, что потребность в информации очень велика.

По определению, данному С.Г. Кара-Мурзой, «Манипуляция – скрытое воздействие, факт которого не должен быть обнаружен объектом манипуляции». Человек должен быть уверен, что всё, что происходит естественно и закономерно. Можно навязывать всё что угодно, и манипулируемый объект будет думать, что то, что он делает, это его решение.

Основными средствами манипуляции являются: язык, образы и цифры.

Язык. В настоящее время активно ведется создание искусственного языка, состоящего из смеси иностранных слов, аббревиатур, и слов в детонации (диапазоне смыслов) которых имеется и такая, что может быть притянута к обозначению данного явления. Сегодня политики и пресса постоянно меняют смысл слов в зависимости от конъюнктуры. Такой процесс мы наблюдаем и в русском языке – политики избегают использовать слова, смысл которых устоялся в общественном сознании. Их заменяют эвфемизмами – благозвучными и непривычными терминами.

Образы. Телевидение создает для человека такой театр хорошо сделанных теней, что по сравнению с ним реальный мир кажется как раз серой тенью, причем гораздо менее истинной, чем образы на экране. Мы переживаем за героев фильмов и практически вживаемся в их мир, нас захватывают реалити-шоу, мы не мыслим жизни без интернета.

Цифры. В числе, как и в слове, заложены множественные смыслы. Порой кажется, что это – исключительно холодные рассудочные, рациональные смыслы. Но это не так. Магия числа в том, что оно, в отличие от слова или метафоры, обладает авторитетом точности и беспристрастности. Поэтому число – один из главных объектов манипуляции. Далеко не каждый из нас задумывается над истинным значением и правдивостью тех цифр, которые обрушиваются на нас каждый день, и принимаем это как данность.

Наиболее применимыми приемами манипуляции в СМИ являются:

Манипулирование информационными потоками: Примером может служить соотношение, реальных и преподносимых данных по числу убийств в стране. Их реальное количество гораздо больше, чем нам показывают в средствах массовой информации.

Фабрикация фактов и прямая ложь: В данном случае эффект манипулирования, по словам С.Г. Кара-Мурзы, происходит в результате мелких отклонений, используемых при подаче материала, но действующих всегда в одном направлении. Манипуляторы говорят правду, только когда правда может быть легко проверена. В остальных случаях стараются преподнести материал в нужном им ключе. К этой же категории можно отнести и дезинформацию. Многие из нас помнят ситуацию в августе 2008 года, когда Россию обвиняли в нападении на Грузию, тогда как наши войска защищали граждан Южной Осетии от грузинских войск, в результате чего погибло много наших миротворцев.

Отбор для материала событий реальности: В данном случае, эффективным условием программирования мышления является контроль СМИ с целью подачи единой информации, но различными словами. Допускается также и деятельность оппозиционных СМИ. Но деятельность их подконтрольна и фактически не выходит за рамки разрешаемого им вещания. (То есть им разрешается кри-

тиковать, но при этом запрещается выстраивать в сознании масс единое представление о реальности). Как говорится, кто располагает способностью к анализу и выведению необходимых результатов путем сопоставления фактов, тот эти факты в итоге и получает. Но уклон делается, что большинство не могут (или не будут). Поэтому в их подсознание станет закладываться модель, нужная манипуляторам. Кроме этого, СМИ также используют так называемый принцип демократии шума, когда ненужное манипулятором сообщение (то, о котором для них невозможно умолчать) просто должно погибнуть под мощным выбросом разносторонней информации (то есть затрудняется анализ).

Использование слухов: В основе слухов нередко лежат ложные сведения, слухи могут быть следствием дефицита информации. С одной стороны, они объясняют ситуацию, а с другой, помогают людям снять эмоциональное напряжение.

Создание образа коллективного врага: Цель данного приема – отвлечь внимание масс от насущных проблем. В течение нескольких дней нас могут снабжать насыщенной информацией о ликвидации недемократичного политического лидера, тогда как в это время где-то происходят важные события, о которых общему числу граждан знать не желательно.

Использование пугающих тем и сообщений: Зачастую это делается с целью отвлечения внимания от более существенной информации, и сделать поведение людей предсказуемым.

Утверждение и повторение: В данном случае информация подается в виде готовых шаблонов, которые активно задействуют имеющиеся в подсознании стереотипы. Утверждение в любой речи означает отказ от обсуждения, поскольку власть идеи, которая может подвергаться обсуждению, теряет всякое правдоподобие. В мышлении человека сложился т.н. мозаичный тип культуры. СМИ являются фактором укрепления такого типа мышления, приучая человека мыслить стереотипами, и не включать интеллект при анализе материалов СМИ.

Одобрение мнимого большинства: Применение данной методики манипулирования массами основано на таком специфическом компоненте человеческой психики как допустимость совершения каких-либо действий (поступков) после изначального одобрения какими-либо другими лицами. Находясь в группе, человек бессознательно склоняется к мысли, что если что-либо одобряется большинством, то значит это больше хорошо, чем плохо. Данный метод манипуляции также используется на телевидении, и на выступлении каких-либо деятелей перед аудиторией, когда изначально проплаченная «группа поддержки» периодически начинает выказывать всяческое одобрение выступающему, и в случае, когда актеры выдают себя за простых людей, рекламируя какой-либо продукт на телеэкране.

Большие психозы: Тайными задачами СМИ является превращение граждан нашей страны в единую массу (толпу), с целью общего регулирования распространения потока информации, которой обрабатывается сознание и подсознание людей. В итоге, такой толпой легче управлять, а средний обыватель беспрекословно верит самым нелепыми утверждениям.

Однако не всё так плохо и существуют *методы противодействия манипуляции*, среди них можно выделить следующие.

Сокращение контактов: Рекомендуется меньше бывать в зоне контакта с манипулятором: меньше смотреть телевизор, не покупать на обещания в рекламе на радио, что часто делают пенсионеры, анализировать поступающую информацию, сопоставлять её с информацией из других источников.

Уход от захвата: Здесь «захват» означает «присоединение» аудитории. В таких новостях важна скорость, сенсационность. Очень важно здраво оценивать происходящее на экране и также анализировать то, что нам преподносят.

Отсеивание шума: Человека бомбардируют потоком малозначимых сообщений, и он не может сосредоточиться на той проблеме, по которой он должен выработать точку зрения. Поэтому он принимает предложенную СМИ готовую трактовку. Лучше на время вообще вырваться из потока сообщений, чтобы обдумать одно из них.

Отключение эмоций: Большинство стереотипов, которые нам преподносят, эмоционально окрашены. Следует воспринимать сообщения беспристрастно, а потом обдумывать их и делать собственные выводы.

Включение здравого смысла: Когда мы слышим страстные речи, лучше пропускать красивые фразы и улавливать только главный довод. Нельзя никакую информацию и оценки, полученные из СМИ, принимать на веру. Нужно задавать себе вопросы: «С какой целью нам это сообщают?», «Как бы я поступил в этой ситуации?». Необходимо мыслить критически.

Подводя итог, хочется еще раз сказать, что каждому человеку следует более внимательно относиться к себе, и при поступлении к нему какой-либо информации включать в первую очередь разум, а не чувства, для анализа подобной информации.

Библиографический список

1. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. Серия: Политический бестселлер. Кара-Мурза С. – М.: «Алгоритм», 2009. – 864 с.
2. Зелинский С.А. Манипуляции массами и психоанализ. Манипулирование в СМИ: ИТД «СКИФИЯ», 2008. – 248 с.
3. К.В. Никитина Дискурс СМИ: возможности манипулирования общественным мнением. Режим доступа: <http://journ.usu.ru>

Научный руководитель: Усикова И.В.

Фамилия, имя, отчество (полностью)	Ученая степень, ученое звание	Организация	Должность	Координаты для связи (e-mail, телефон)
Иванов Иван Михайлович		ГУАП	Магистрант	24ivanov@gmail.com 8(981) 805 89 58