### 

### МГТУ им. Баумана

# Эссе

# Манипулирование сознанием и политическим поведением масс

### Выполнил: Ершов А.Д.

### Проверила: Филатова Т.В.

### 

### Москва, 2006 год

### Оглавление:

[1. Вводная часть 3](#_Toc134640546)

[2. Информационная власть 4](#_Toc134640547)

[3. Политическое сознание масс 4](#_Toc134640548)

[4. Методика воздействия 5](#_Toc134640549)

[5. Вместо заключения 7](#_Toc134640550)

[Список использованной литературы: 7](#_Toc134640551)

### 1. Вводная часть

Феномен манипуляции подвергался тщательному рассмотрению в первую очередь в политологических работах, поскольку сам этот термин в переносном своём значении первоначально стал употребляться в сфере политики, постепенно распространившись на всю проблематику, связанную с массовым сознанием.

Политические манипуляции включают в себя как межличностные, так и массовые манипуляции. В первом случае для их осуществления манипулятор прибегает к определённой технике, т. е. набору манипулятивных приёмов, работающих на межличностном уровне. Во втором случае на помощь манипулятору приходят манипулятивные технологии.

Для того, чтобы управляться с силой народный масс, данный вид воздействия на людей представляется одним из наиболее выгодных, что и объясняет его повсеместную распространенность. Приемы и методы манипулирования стали совершенствоваться с развитием технологических каналов передачи информации.

Имеется достаточное количество исследований, посвященных манипуляции как таковой и применительно к большим группам людей. Так, Зигмунд Фрейд, описывая массовую психологию говорит о том, что толпа поддаётся внушению и гипнозу, т.е. его теория манипулирования массами строится отчасти на чисто психологических особенностях массового сознания. Канетти утверждает, что массы легко ослепляет любая принесённая со стороны, чужая идея: «Они действуют, но не знают, что творят; у них есть привычки, но они не знают, что таковы они, люди массы». Известный французский исследователь Московичи отмечает, что вожди масс используют обольщение, гипноз, пропаганду и внушение в процессе манипулирования массами.

Однако, несмотря на объём литературы, проблема всё ещё находится в начальной стадии изучения, но этот вывод имеет и своё положительное содержание, – здесь существует широкое поле деятельности для дальнейших исследований.

Попытаемся приоткрыть завесу тайны над сущностью феномена негативной политической манипуляции массами.

### 2. Информационная власть

Заметим, что в определённом смысле информация правит миром. Сама картина мира возникает не на пустом месте. Она складывается из множества воззрений, установок, представлений, ценностных ориентацией. Какова она будет – не в последнюю очередь зависеть и от СМИ. В современном мире возрастает роль СМИ в формировании массового сознания.

Как известно, в зависимости от сфер проявления и ресурсов влияния власть в обществе делится на экономическую, социальную, административно-принудительную (политическую в узком смысле слова) и духовно-информационную. Все эти виды власти в большей или меньшей степени интегрированы в политический процесс, оказывают на него важное воздействие.

Информационная власть воздействует на политическое поведение людей с помощью целенаправленного распространения (или блокирования) определенных сведений, информации, которые не воспринимаются ими как внешнее принуждение. Субъектом и носителем информационной власти в современном обществе являются информационные институты - СМИ, информационные и рекламные агентства, научные и научно-просветительские учреждения, а также институты социализации и прежде всего система народного образования: школы, университеты и т.п. Информационные институты обладают различными возможностями и силой воздействия. Наиболее массовое и сильное политическое влияние оказывают аудиовизуальные СМИ, телевидение и радио, информационные и рекламные агентства, школы и университеты.

### 3. Политическое сознание масс

Массы играют значительную, порой определяющую роль в современном политическом процессе. Массовое сознание, которое идёт вразрез с рациональным сознанием индивида, наделено особенностями, позволяющими легко управлять массами, в частности, посредством манипулятивного воздействия.

Политические взгляды и действия масс часто не укладываются в рамки логики и заставляют нас верить в справедливость тезисов о примате веры над разумом и подсознания над сознанием. Это происходит видимо потому, что политика для абсолютного большинства граждан – это неизвестная область с неведомыми правилами и традициями. Поэтому политическое сознание масс не может формироваться в практической деятельности людей и всегда будет существовать в виде коллективных представлений, в происхождении которых доминирующую роль играет не собственный опыт, а воздействие извне.

С психологической точки зрения политическое сознание масс представляет собой такую форму мышления, которая резко отличается от доминирующего в современной культуре логического мышления. Разные исследователи называли это мышление по-разному – первобытное, мистическое, эмоциональное, подсознательное и т.д. Это мышление ориентировано не на объективную, а на мистическую или мифологическую причинно-следственную связь. Так называемая «психологическая толпа» – масса объединяемая не общим пространством, а посредством, например, средств массовой информации является объектом политических манипуляций, подразумевающих навязывание своей воли в форме скрытого воздействия. Исследователи отмечают, что «жертва манипуляций, как правило, не осознаёт самого факта оказанного на неё влияния. Такой эффект достигается благодаря воздействию на подсознание объекта манипуляций». Из вышесказанного очевидно, что управлять массами несомненно проще чем отдельными индивидами, благодаря особенностям массового сознания. Один из величайших манипуляторов ХХ века Гитлер говорил: «Я размешиваю народ и не общаюсь с ним, пока он не превратится в массу».

Итак, массы выходят на политическую арену в качестве одного из главных действующих лиц. Возникает необходимость управлять ими, и если в тоталитарном режиме используется террор (он может быть и чисто моральным) и страх, физическое истребление (и не только как инструмент уничтожения и запугивания, но и как нормальный инструмент управления массами), то в демократических режимах заменой этому является манипуляция как способ управления массами.

Единственным видом манипуляции, с которой мы сталкиваемся при тоталитарном режиме является пропаганда.

### 4. Методика воздействия

В тоталитарном государстве контроль за СМИ упрощён тем, что государство владеет и управляет всеми СМИ и контролирует их продукцию. Эти государства ограничивают доступ иностранных СМИ путём глушения радиосигналов и запрещения импорта иностранных газет.

Политическая пропаганда, как правило, не осуществляется в интересах лишь одного человека. Она отражает мировоззрение правящего в обществе класса, партии и т.д. Цель манипулятивной, негативной пропаганды – нивелировать личность, превратить аудиторию в послушную, управляемую массу. Задача пропаганды – перевести слова в действия. В демократическом обществе в руках СМИ находится довольно широкий арсенал манипулятивных средств. Характер применения манипулятивных приёмов зависит от понимания функций СМИ в обществе. В определённом смысле, СМИ отражают особенности общественного устройства той или иной страны, уровень политической культуры общества. В демократических странах СМИ подвержены не только нормативному контролю общества, но и сильно зависимы от рынка. Телекомпании гонятся за высокими рейтингами, чтобы заполучить рекламодателей. При этом создаётся впечатление, что граждане демократий нуждаются лишь в новостях, которые могут доставить им удовлетворение, в новостях, которые они смотрят из тех же побуждений, что и комедии положений. Но это означает, что зрителей рассматривают не как граждан демократического общества, а как потребителей, настроенных на развлечение и лесть. Но если новости создаются для того, чтобы взять на крючок и удовлетворить по возможности большую аудиторию, то новости превращаются из диалога о демократии в развлекательный разговор. Одним из средств манипулирования массами является язык политики. Отдельное внимание следует уделить манипулятивным терминам, или «ярлыкам», которые очень широко применяются в пропагандистской практике.

Своё наиболее широкое применение в демократическом обществе манипуляции находят в избирательном процессе, в ходе предвыборной борьбы, делая выбор граждан далёким от самостоятельного. Для манипуляций используются характерные особенности «человека-массы», которые делают его лёгкой добычей манипуляторов. Но манипуляции используются не только в целях прихода к власти, но и как средство её реализации, и сохранения. Характер политических манипуляций при осуществлении власти зависит от особенностей политической системы страны.

Возможности СМИ в разных странах используются по-разному. В особенности это видно при сравнении демократических обществ западного типа и тоталитарных или авторитарных режимов.

Конечной целью манипуляций с помощью СМИ является создание и поддержка определённой политической мифологии. Политическая мифология существует и в демократическом, и в тоталитарном государстве, являясь неотъемлемой частью политической системы. Любая власть нуждается в легитимности и символах её олицетворяющих. Но «производство» мифов в демократическом и тоталитарном государстве организовано по-разному: в первом случае мифы создаются в условиях переизбытка информации и плюрализма мнений, во втором случае условием создания мифа является искусственное ограничение информационного поля.

Современные манипуляторы используют множество средств, способов и приёмов манипуляции массовым поведением в политике. Институт анализа пропаганды США, как бы подводя итоги накопленного опыта, предложил разбор «методов убеждения», а точнее, манипулирования поведением людей:

– «Определение». Идеи, личности, объекты сопрягались с характеристиками (положительными или отрицательными в зависимости от обстановки), которые принимались бы людьми без обсуждений, Так, например, средства массовой информации рисовались как «защитники» всех без исключения – богатых и бедных, рабочих и бизнесменов.

– «Блестящая всеобщность». Описывая какие-то события, в которых необходимо получить поддержку аудитории, применялись «добродетельные слова» («коалиция чувств», «подавляющее большинство», «общественное мнение»).

– «Рекомендация». Нужное положение вкладывается в уста личности, пользующейся популярностью в определенных группах (известный журналист, адвокат, актер, проповедник и т. п.). Они обращались к аудитории, такое выражение, как «Я один из вас. Я понятый народом избранник» и т. п.

– «Подтасовка карт». Возможность и оправданность применения точного и неточного, логического и нелогического заявления во имя возбуждения интереса аудитории. Например призыв – «Одержим победу!». Создав трудность в решении какой-то проблемы, аудитории предлагают выход, для которого необходимо, чтобы «все вскочили в одну лодку», т. е. одобрили предложенный рецепт. Так аудитория оказывается пленницей манипуляций.

Общество должно отдавать себе отчёт в потенциальной возможности манипулирования общественным сознанием и поведением с помощью различных приёмов, используемых СМИ.

### 5. Вместо заключения

В России политическая и электоральная культура ещё только формируется, как и вся политическая система. А в нестабильной политической системе манипуляции общественным мнением чрезвычайно распространены.

Сегодня эта связь уже стала очевидной для многих политических и общественных деятелей России. Не случайно, наряду с критикой манипулятивных приёмов, применяемых на выборах, раздаются требования конституционной реформы в России, которая повысила бы ответственность власти перед обществом, поскольку сами по себе выборы – условие необходимое, но не достаточное для демократизации политической системы.

Политика – не театр и не шахматы. Политика – это наша повседневная жизнь. И очень важно, особенно в наше неспокойное время, понимать всю серьёзность разыгрывающегося на наших глазах «политического спектакля» и не дать себя «ослепить» в очередной раз.

### Список использованной литературы:

1. Фрейд З. «Массовая психология и анализ «Я»
2. Московичи С. «Век толп»
3. Канетти Э. «Масса и власть»
4. Корнилов В.М. «Политическая психология»
5. З.Бахтуридзе «Манипуляция массами в политическом процессе»