

УДК 159.9 (психология)

## МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ МАССОВЫМ СОЗНАНИЕМ В ПСИХОЛОГИЧЕСКОМ ТРЕНИНГЕ

**Коршунов Василий Сергеевич**, студент магистратуры; Институт общественных наук; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС); проспект Вернадского, 84, корп. 8; Москва, Россия; e-mail: KVS495@gmail.com

**Иваненко Кристина Александровна**, к.п.н; Институт общественных наук; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС); проспект Вернадского, 84, корп. 8; Москва, Россия; e-mail: ivanenko.kristina@gmail.com

### РЕЗЮМЕ

В данной публикации рассмотрены: А) актуальность исследования манипулятивных технологий управления массовым сознанием в психологическом тренинге заключается в том, что в настоящее время управление массовым сознанием становится в ряд с самыми значимыми проблемами современности.; Б) манипулирование осуществляется в трех основных сферах: идеологической (пропаганда), экономической (реклама), социальной (воспитание, образование и т.д. В) возможности практического применения полученных в указанных исследованиях результатов в разных сферах жизнедеятельности человека, а именно в психологическом тренинге; Г) перспективы дальнейших исследований, в том числе: Российское общество в настоящий момент уверенно встало на путь развития и совершенствования механизмов противодействия внешнему информационно-психологическому воздействию, однако еще находится на достаточно низком уровне по применению изученных наработок, поэтому необходимо дальнейшее исследование темы.

**Ключевые слова:** манипуляция, манипулирование, массовое сознание, воздействие, СМИ.

Актуальность нашего исследования заключается в том, что в настоящее время управление массовым сознанием становится в ряд с самыми значимыми проблемами современности. Становится все более очевидным, что успешное проведение экономических и политических реформ во многом зависит от психологии управления, от сформированности мотивационной сферы людей, от создания механизмов управления, от позитивной социальной направленности процесса самоуправления. На практике во многих случаях управление массовым сознанием оказывается неэффективным и тогда кадрами управления зачастую применяется манипулирование общественным сознанием.

Трансформация или процессы искажения и смыслового, эмоционального или психологического преломления информации и процессов функционирования информационной среды в нынешнее время активно эксплуатируется социальными субъектами для осуществления воздействия на психику людей, модификации их поведения, для психологических манипуляций личностью.

Цель исследования заключается в исследовании манипулятивных технологий управления массовым сознанием.

Проблема манипуляции, как одного из

наиболее популярных в наше время способов скрытого управления, как в масштабе межличностного взаимодействия так и в глобальных политических процессах, в настоящее время, с развитием средств массовой коммуникации, выход их на новый уровень - стоит особенно остро.

Под манипулированием обычно понимают систему способов идеологического и социально-психологического воздействия с целью изменения мышления и поведения людей вопреки их интересам. Любопытное определение дает М. Битянова: "Манипуляция – это распространенная форма межличностного общения, предполагающая воздействие на партнера по общению, с целью достижения своих скрытых намерений; при манипулятивном общении ставится также цель добиться контроля над поведением и мыслями другого человека; партнер не информируется об истинных целях общения; они либо просто скрываются от него, либо подменяются другими"[1].

Манипулирование осуществляется в трех основных сферах: идеологической (пропаганда), экономической (реклама), социальной (воспитание, образование и т.д.). Так как манипулирование осуществляется через трансформацию модели мира человека или

социальной группы, было бы справедливым определить, что в данной работе имеется в виду под этим понятием.

В психологической литературе термин «манипуляция» имеет три значения. Постепенно — уже практически без доработки — слово «манипуляция» начало использоваться и в контексте межличностных отношений. Таким образом, процесс расширения сферы его применения дошел до той области, которая находится в фокусе рассмотрения данной работы. А именно, как по объекту (межсубъектное взаимодействие), так и по предмету (механизмы влияния) феномен манипуляции оказался в кругу проблем, волнующих непосредственно психологию.

Чтобы научиться отличать манипулирование среди потока информации, необходимо определить ряд характерных для нее признаков. К ним относят [2]:

1. Манипулятивное воздействие направлено на подсознательную сферу, а не на сознание;
2. Основным методом воздействия является не убеждение, основанное на рациональной основе, а «внедрение» реакции на какое-либо событие или объект;
3. Фактором воздействия является не сама информация, а характер ее подачи;
4. Манипулирование происходит незаметно для тех, на кого направлено.

Помимо влияния масштабных цивилизационных процессов на общество, еще одним обстоятельством, которым определяется актуальность проблемы использования манипулятивных технологий в информационном пространстве является наличие ситуации проблемного характера в связи с необходимостью изменения векторов и приоритетов в науке, социальной практике и сознании общества в идее перехода от приоритета государственной безопасности к безопасности человека и общества, личности, и внешняя политическая обстановка.

Ежедневно мы становимся свидетелями манипулирования. Каналы СМИ, СМК, интернет-коммуникации являются инструментами, которые чаще всего используются субъектами манипулирования, а рядовые граждане зачастую даже не подозревают о том, что манипулируют, что взамен собственных на первое место они ставят чужие интересы. Это объясняет актуальность данного вопроса, ведь он имеет принципиальную важность для современного общества.

Необходимо заметить, что в истории России и

раньше существовали примеры манипулирования массовым сознанием. Например, католическая церковь умело воздействовала на сознание людей, критически подверженных религиозным догматам, при этом она технично осуществляла манипулирование и простыми людьми, и представителями верхних слоев общества с целью достижения своих конкретных целей и утверждения собственного влияния[3].

На современном этапе государственным служащим, политической элите и правящему слою также необходимо понимать и уметь применять методики манипулирования, так как они позволяют эффективнее осуществлять государственную политику, лоббировать собственные интересы, повышать свой авторитет среди граждан, расширять диапазон влияния и т.д.

Главной точкой информационного воздействия, его конечным пунктом является человек и в частности его психика. Однако верно и высказывание, что некоторые личности, как исторические так и современные являются сами источниками сильнейшего влияния на функционирование общества - от малых групп до населения страны, государства или даже союза государств. От формы и содержания процесса информационно-психологического влияния напрямую зависит, с какими психологическими и социальными характеристиками будет сформировано новое поколение. От передачи социального опыта, поддержания наследия в информационной его составляющей зависит то, каким будет общество, какими будут его слабые психологические места, насколько сильно оно будет подвержено и податливо информационному воздействию, в частности - манипулятивному воздействию, насколько легко будет сформировать общественное мнение и направить его в нужное русло [4].

Вопрос манипулирования сознанием одного отдельно взятой личности, социальных групп и общностей(общественным сознанием), в контексте информационно-психологической безопасности личности ставился крайне редко, хотя многими исследователями выявлялось отрицательное влияние манипуляций на личность. Над данным вопросом провел фундаментальную и основательную работу доктор психологических наук Г. В. Грачев в своей диссертационной работе и публикациях.

В ходе написания данной работы был проведен анализ имеющихся источников, в ходе которого выявлена сформированная и оформленная теоретико-эпирическая база междисциплинарного

исследования управления массовым сознанием а именно манипуляции массовым сознанием.

Суть манипуляции человеком заключается в скрытом психологическом воздействии, принуждении личности, а само понятие манипуляции отражает психологическую составляющую специфического способа социального управления, охватывающего все уровни взаимодействия людей: межличностный, личность-общество, массовая коммуникация.

Возвращаясь к массовому сознанию, говоря о структуре, стоит отметить, что оно являет собой сложное конгломератное образование, в котором имеют место быть все типы общественного сознания, в виду чего проявляются такие свойства структуры массового сознания как пористость, противоречивость, разорванность, быстрая и зачастую кардинально различная реакция.

Массовое сознание в современном обществе формируется по средствам массовизации условий и форм жизнедеятельности людей и в первую очередь включенность их всех в информационное поле, которое оказывает непрерывное информационно-психологическое воздействие. С помощью механизма пропаганды, манипуляции, массовое сознание порождает формы массового действия в виде определенных моделей массового поведения[5].

Некоторые люди легче противостоят манипулятивному воздействию, другие же поддаются ему с легкостью. В.Г. Зыскин так пишет про феномен проницательности: "не столько врожденное качество, а в большей степени формируемое, вырабатываемое с годами в процессе практической деятельности, связанной с интенсивным общением и взаимодействием с людьми, а также при обучении и проведении специальных тренинговых процедур.

Если обобщить источники информационно-психологического воздействия, можно выделить:

А) Государство - как источник угроз информационно-психологического характера. Деятельность органов государственной власти, государственных образований. Также в эту группу относится деятельность иных государств.

Б) Социум - общественный коммерческие и некоммерческие организации, экономические, политические, зарубежные организации, корпорации, и т.д.

В) Социальные объединения и группы: большие и малы, формальные и неформальные, общественные движения, субкультуры, военные кружки и творческие объединения.

Г) Личности как субъекты информационно-

психологического воздействия. Это могут быть как политические лидеры, главы государств, начальник на работе, коллега, супруг или супруга, случайно встреченный человек[6].

Манипулятор имеет огромное преимущество перед адресатом воздействия, так как заранее готовился к осуществлению манипуляции. Могущество же современного инициатора информационно-психологического воздействия практически безгранично в виду обилия средств и способов оказания данного воздействия.

Во-первых информация проходит соответствующую обработку специалистами, улучшаются свойства восприятия информации, она проходит этап редактирования, правки, и делается простой и удобоваримой для усвоения адресатом воздействия.

Во-вторых информация сообщается через определенные, подготовленные каналы, в определенное время, чтобы вызвать максимальный эффект.

В-третьих непосредственно человек, который доводит информацию до аудитории также специально подбирается так, чтобы быть его было приятно слушать, смотреть, читать, и люди выбирали именно этого человека среди остальных. Осуществляется привязка аудитории к некой персоне.

В-четвертых манипулятором эксплуатируются множество потребностей человека, используются приемы и уловки влияния на человека в обход его сознания.

Распространяя на слушателей, читателей или телезрителей информационной воздействие, СМИ подталкивают их вынести свое особое суждение, однако создается лишь иллюзия независимости, выборности, свободы и объективности из разных точек зрения и мнения аудитории. В случае возникновения негативной реакции на информацию, подаваемую СМИ эта реакция не имеет веса, так как люди не могут вступить в прямую дискуссию с источником воздействия, а могут лишь спорить внутри своей группы, а зачастую потребитель информации и вообще находится в одиночестве. То есть формируется иллюзия диалога. Публичное и своевременное выражение протеста поступившей информации крайне тяжело, если, конечно, это не есть сама цель информационно-психологического воздействия: в таком случае манипуляторы сделают все, что бы собрать людей на протест.

В ситуации преобладания у большинства в аудитории воздействия мнения, которое заведомо противоречит установкам манипулятора,

происходит коррекция ситуации путем фильтрации общественного мнения, преподнесения мнения меньшинства, как значимого или даже как мнения большинства, формирования подставных звонков и демонстрация исключительно тех интервью, в которых люди поддерживают позицию манипулятора. Это делается для того, чтобы единичный объект воздействия почувствовал себя неуютно, ощутил себя "белой вороной". Также часто манипулятор-источник информации публикует и иное мнение относительно своей позиции, но представляет его не в лучшем свете и тем самым зарабатывает себе поддержку аудитории и образ "честного источника, публикующего все возможные позиции по данному вопросу".

В заключении нашей статьи следует отметить:

1. Манипуляция как особый способ информационно-психологического воздействия был известен человеку с древних времен, однако лишь с середины XX и по сегодняшний день манипуляция прочно заняла место стержневой основы информационного воздействия.

2. Бесконечные факты межличностного взаимодействия, непрекращающееся информационно-психологическое воздействие со стороны средств массовой коммуникации делают человека объектом бесконечных "атак" со стороны информационного потока, каждая из которых оставляет свой след в психике человека.

3. Как никогда люди стали особенно уязвимы в противодействии манипулятивному воздействию, в виду эволюции средств массовой коммуникации, и как никогда стала актуальна проблема изучения феномена манипуляции и механизмов противодействия ей.

4. Российское общество в настоящий момент уверено встало на путь развития и совершенствования механизмов противодействия внешнему информационно-психологическому воздействию, однако еще находится на достаточно низком уровне по применению изученных наработок.

#### ССЫЛКИ

- [1] Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб. М. 2002.
- [2] Fortunatov A.N. Проблемы истории телевидения... Нижний Новгород. 2007.

- [3] Система средств массовой информации России. Учебное пособие для вузов. Под ред. Я.Н.Засурского. М. 2001
- [4] Лопатин В.Н. Информационная безопасность России: Человек. Общество. Государство. СПб. 2000.
- [5] Евгеньева Т.В.. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. СПб. 2007.
- [6] Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием 2. . М.: Алгоритм, 2009. - 528 с.

#### MANIPULATIVE TECHNOLOGIES OF CONTROL OF THE MASS CONSCIOUSNESS IN PSYCHOLOGICAL TRAINING

**Vasily Korshunov**, Graduate Student (Magistracy); Faculty of Psychology, Institute of Social Science; Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA); 84/8 Vernadskogo Prospect, Moscow, Russia, 119606; e-mail: KVS495@gmail.com

**Ivanenko Kristina**, Phd; Institute of Social Science; Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA); 84/8 Vernadskogo Prospect, Moscow, Russia, 119606; e-mail: ivanenko.kristina@gmail.com

#### ABSTRACT

This publication describes: A) the relevance of the study of manipulative technologies of control of the mass consciousness of psychological training is that currently control the mass consciousness becomes a series of the most important issues of our time.; B) the manipulation is carried out in three main spheres: the ideological (propaganda), economic (advertising), social (education, etc. C) the possibility of practical application of obtained in these studies results in different spheres of human activity, namely the psychological training; D) prospects for future research, including: the Russian society is currently confident on the path of development and perfection of mechanisms of counteraction to external information-psychological influence, however, is still at a low level on the application of the studied practices, so further study of the topic.

**Key words:** manipulation, manipulation, mass consciousness, the impact of the media.

#### REFERENCES

- [1] Harris R. Psychology of mass communication. SPb. M. 2002.
- [2] Fortunatov A.N. Problems in the history of television... Nizhny Novgorod. 2007.
- [3] The System of the mass media of Russia. Textbook for high schools. Ed. by Ya.N.Zasursky. M. 2001.
- [4] Lopatin V.N. Russia's information security: People. Society. State. SPb. 2000.
- [5] Evgeniev T.V. Technology of social manipulation and methods of eliminating them. SPb. 2007.
- [6] Kara-Murza S.G. Manipulation of consciousness 2. . M.: Algoritm, 2009. - 528 p.