

УДК 32.01 (082)

В. Татаринov (2 курс, ЭнМФ), Т.В.Шаулова, к.с.н., доц.

МАССА КАК ОБЪЕКТ СОЦИАЛЬНОГО МАНИПУЛИРОВАНИЯ

Не проводя глубоких исследований, легко заметить поразительное сходство многих психологических механизмов и процессов общественно-политического поведения людей, живших в совершенно различных исторических условиях. Борьба за власть в современной России весьма напоминает в этом отношении ту, которая происходила в древних Афинах IУ века до нашей эры, а психологические отношения между властителями и подданными в средневековых азиатских деспотиях могли бы служить моделью для сталинского тоталитаризма. А посему трудно не увидеть рациональное зерно в утверждениях, что «политико-психологические процессы, идущие в обществе, являются константными во времени, на всех территориях и у всех народов».

В выборе политических ориентаций «участвуют» как константные психологические структуры, присущие людям, когда бы они не жили, так и психологические особенности «политического человека», порожденные его эпохой, типом политического режима, политической культурой. Если обобщить опыт научных исследований, прямо или косвенно затрагивающих проблему политического выбора, можно выделить несколько распространенных подходов к его детерминации. Один из них – манипулятивный подход. В его основе – представление о зависимости идейно-политических позиций людей от их «обработки» системой массовых коммуникаций и пропаганды.

Примечательно то, что основы науки социальной инженерии были заложены еще в античности. И первоисточником «макиавеллизма», ужаснувшего в свое время христианский мир, были рассуждения Аристотеля о «массовом сознании» как объекте социального манипулирования, средствами или инструментами последнего являлись софистика, демагогия, политическое актерство – словом, все то, с помощью чего можно было бы представить мнимость – истиной, ложь – правдой.

На сегодняшний день средства манипулятивного воздействия стали более изощренными. В целом в современных обществах одним из главных источников формирования социально-политических установок населения являются средства массовой информации (радио, телевидение, печатные СМИ и пр.).

Среди отечественных исследователей отношение к роли СМИ как эффективного средства манипулирования различно. Одни считают, что характер их воздействия на население содержит большие возможности контроля над сознанием, психикой, эмоциональной сферой людей, закладывая в них алгоритмы оценок, поведения, некие ценностные фильтры. Другие отводят СМИ скорее роль информирования населения, нежели роль формирования установок и предпочтений.

К сожалению, для представителей, как первого, так и второго подходов характерна некоторая умозрительность выводов. Анализ избирательных кампаний 1996, 1999, 2000 годов позволяет сделать вывод, что влияние СМИ носит «кумулятивный характер»: все зависит от характера воздействия, его продолжительность, а также от целевой группы.