

ОТ РЕДАКТОРА

На президентских выборах 16 июня 1996 г. будет решаться судьба страны на ближайшие десятилетия. Это не преувеличение, поскольку будет либо подтверждено, либо отвергнуто то направление развития страны, которое было задано в начале 90-х гг. Социально-политическая альтернатива, вынесенная на суд общества, будет персонифицирована в конкретных фигурах – претендентах в борьбе за президентский пост.

В условиях приближающихся выборов все большую актуальность приобретает вопрос о выявлении позиции и возможностей средств массовой информации, продолжающих, несмотря на все переживаемые ими сложности, играть достаточно существенную роль в определении населением России своих политических симпатий и антипатий. Не случайно многие участники предвыборного марафона уповают на СМИ как на чудодейственное средство, гарантирующее победу. Однако последние выборы в Государственную Думу показали, что средства массовой информации помогли далеко не всем. Как оказалось, политики и их окружение весьма поверхностно представляют себе ситуацию на российском информационном пространстве. И это неудивительно. Ни Госкомстат, ни Роскомпечать не располагают достоверной и исчерпывающей информацией, позволяющей понять, что происходит в сфере массовых информационных процессов.

На преодоление сложившейся ситуации нацелена Федеральная программа повышения правовой культуры избирателей и организаторов выборов в Российской Федерации.

На трехдневной конференции "Новому миру – новые СМИ 1995", состоявшейся с 23 по 25 октября 1995г. в помещении Российско-американского информационного пресс-центра, Джон Гарсия, директор отделения оперативной журналистики Нью-Йоркского университета, предостерег, что грядущий политический сезон в России и Америке может таить в себе новые опасности. Благодаря тому, что, пользуясь инструментами новых СМИ, легко стать поставщиком информации, идеологи всех мастей начинают использовать эти инструменты в качестве оружия, что способно заставить общественность с отвращением отвернуться от всего политического процесса в целом. "Вам предстоит увидеть все более безответственных журналистов и все большее число людей, которых они отвратят", – сказал Гарсия.

Отшумевшая в былом "холодная война" с ее беспощадной борьбой идеологий, с ее циничными методами "промывки мозгов", с ее черно-белыми, исключаящими оттенки мировоззренческими штампами, вовсе не растворилась в прошлом, она лишь перекинулась с международных подмонок в общественную жизнь России. Последние выборы в Государственную Думу, политическая кампания в преддверии президентских выборов не оставляют сомнений в том, что сейчас в стране идет "информационная война" противоборствующих политических лагерей, ставка в которой – власть. И власть не только над политикой и финансами, но и власть над сознанием граждан страны.

Современный исследователь В. Парето указывает на два главных качества управляющих: умение убеждать, манипулируя человеческими эмоциями и умение применять силу там, где необходимо. Согласие и сила являются инструментами управления на всем протяжении истории. Массы, по мнению Парето, эффективно управляются путем манипулирования их чувствами при помощи идей, подчиняющих массы интересам правящих классов. "Политика правительства тем эффективнее, чем успешнее оно использует эмоции". Искусное применение этого принципа объясняет любой политический успех. Правящие элиты стали отходить от жестких форм социального контроля, переключаясь на "мягкие" его формы. Их задача – создать в обществе особую психологическую атмосферу, в которой человек будет поступать "так, как того требует общество", но не замечая, что эти требования исходят в конечном счете от правящего класса.

До недавнего времени наши властвующие элиты были вполне удовлетворены приемами агитпропа. Но в быстро трансформирующемся обществе все меняется, что доказывают последние выборы в Государственную Думу и нынешние президентские выборы. Все чаще российская элита вербует специалистов, владеющих технологиями управления социальными процессами.

Попытки заручиться поддержкой ведущих СМИ, привлечение к планированию политических кампаний специалистов по рекламе, ученых, создание и усиление аналитических центров говорит о том, что многие жаждущие власти обратились к методикам манипулирования. Активно привлекаются и адаптируются на российской "почве" западные модели "психопрограммирования", воздействия на социально-психологические процессы. Освоение политиками (да и не только ими) технологий манипулирования массовым сознанием уже сейчас значительно влияет на политический процесс в стране.

Многие современные политологи искренне убеждены, что манипулирование как инструмент социального контроля необходимо для поддержания стабильности социальных систем. Их смущает лишь то, что с развитием приемов манипулирования массовым сознанием, этот инструмент социального контроля стал заметно деформировать социальные системы. И эта деформация прежде всего касается демократического общества, суть ценностей которого стала значительно выхолащиваться. Однако вместо того, чтобы вести постоянную, бескомпромиссную и очевидно изнурительную (вроде чистки авгиевых конюшен) борьбу с любыми формами манипулирования, они все больше склоняются к тому, что и свобода мнений и свобода индивидуального выбора тоже не больше чем миф, а рассуждения об объективности СМИ, их роли арбитра политических и социальных процессов – сказка для простофиль.

Самое печальное заключается в том, что западные обыватели, давно уже познакомившиеся с теневой стороной демократии, имеют "прививку" от воздействия слишком уж откровенных средств оболванивания, а у российского жителя таковой иммунитет в основном отсутствует. До сих пор у немалой части обывателей в этой стране осталось наивное представление о том, что "раз это напечатано в газете или сказано по телевидению – значит правда".

Специалисты по управлению социальными процессами не перестают удивляться тому, что давно уже отвергнутые западными пропагандистами штампы в нашей стране работают. Что там уж говорить о более тонких приемах манипулирования массовым сознанием.

Анализ структуры современного российского общества показывает, что у нас в стране существуют социальные группы со своими специфическими интересами, заинтересованные в управлении процессами формирования массового сознания. Также очевидно, что в России есть специалисты, готовые эти их притязания удовлетворить на самом высоком технологическом уровне. Очевидно и то, что сложившиеся в стране условия несколько не препятствуют эффективности манипулятивных программ, ориентированных на трансформацию массового сознания. И есть все основания предполагать, что механизмы этой высокоэффективной "машины оболванивания" уже запущены.

Цель данной работы – показать, как средства массовой информации используются для влияния на общественное мнение и поведение, в том числе электоральное, дать ответ на вопросы: кто, каким образом манипулирует, выделить современные технологии манипулирования, основанные на достижениях социальной психологии, психолингвистики, социологии, а также показать, как осуществляется социальное конструирование реальности, в которой мы живем.