

Суть большинства современных технологий манипулирования весьма точно изложил российский исследователь В.Артемов: "Если говорить о психологическом и информационном воздействии пропаганды, то оно только замена прямого изложения идей. Они могут протаскиваться незаметно, опосредованно, косвенно. Сами идеи не формулируются явно, вербально, – аудитория подвигается к принятию идей без логической аргументации. За идеи агитируют и примером, образом, оценочным суждением, не основанном на последовательном доказательстве. Людей побуждают к определенному поведению, к действиям, мотивация к которым формулируется в той или иной идее, но идеи эти не называются, остаются в тени. Результат же бывает равносильным заражению идеями, которые подразумевают указанные действия. Многочисленные маневры, акции, кампании психологической войны в конечном итоге выстраиваются в одну линию, во главе которой идея выживания... системы"

Процесс манипулирования массовым сознанием предполагает некоторую протяженность, он не может строиться на единичном воздействии и не исчерпывается отдельными приемами. Одна статья, одно выступление без соответствующей информационной подготовки не могут кардинально поменять какие-либо установки массового сознания. Манипулирование строится прежде всего на массивном информационном воздействии.

Конструирование мифов

Воздействие мифов на массовое сознание чрезвычайно велико. Мифы по утверждению исследователей (К.Юнг А.Ф.Лосев М.Элиаде) пропитывают все человеческое бытие. Мифы неотъемлемая часть массового бессознательного напрямую связаны с менталитетом народов.

Специалисты отмечают чрезвычайную устойчивость мифологических конструкций. Меняются лица и эпохи названия, а структурная основа мифов остается прежней. Наделение ситуаций и лиц мифологическими чертами усиливает их влияние на массовое бессознательное и соответственно – массовое сознание.

Чем сильнее сходство современных "псевдомифов" с древними мифами тем заданной реакция на их восприятие. Известный исследователь Мирча Элиаде в своей книге "Аспекты мифа" (М.Инвест-ППП 1995 с.183) пишет что "недавние исследования выявили те мифологические структуры образов и поведения которыми пользуются в своем воздействии на общество коллективы средств массовой информации".(М. Элиаде. "Аспекты мифа" (М.Инвест-ППП 1995 с.183))

По мнению Элиаде это персонажи комиксов которые "являются современной версией мифологических или фольклорных героев" полицейские романы где читатель оказывается свидетелем "борьбы между добром и злом между героем (детектив) и преступником (современное воплощение демона)". Равным образом доказано – считает Элиаде – как с помощью масс-медиа происходит мифологизация личностей их превращение в образ служащий примером". "Трудно представить человека который не поддался бы очарованию рассказа повествования о знаменательных событиях имеющими как бы двойную реальность которые одновременно отражают историческую и психологическую реальность" членов современного общества и обладает магической силой творческого вымысла". ".(М. Элиаде. "Аспекты мифа" (М.Инвест-ППП 1995 с.189)) Особенно привлекательны по мнению Элиаде темы испытаний, которым подвергается герой-искупитель в сражении с чудовищами.

Автор нескольких статей по политическим мифам А.Л.Доброхотов считает, что особенность мифа в том, что он включает нас в событие, зная миф всегда можно все проконтролировать. Миф не нужно истолковывать, в отличие от притчи, он сам истолкование, в нем можно жить.

Миф в наши дни реализуется не обязательно в виде сказки, но и в виде рекламы, и не всегда политической. Опаснее миф газетный – его сложнее разоблачить, чем картинку на экране. Политический миф сегодня – программа действия.

Сейчас, когда в России произошел распад исторических связей, и появилась проблема поиска идентичности, возникла потребность в новых мифах. Характерные для России мифы: мир отклонился от пути, кроме России,совмещение власти светской и духовной, к нам пробрался Антихрист, самозванцы правят, истинные силы ушли в подполье.

Современные мифы конструируются и конструируются осознанно. И цель их создателей вполне определенное воздействие на общество. В рекламе уже используются принципы мифологизации товара. Пользуются этими приемами и специалисты по имиджу.

В процессе "мифологизации" современного "героя" (как правило политического деятеля) и ситуации (как правило реальных политических событий) исчезают реальные черты личностей их интереса и вот уже на сцене общественной жизни появляются герои побеждающие не политических противников а чудовищ идет борьба не вполне определенных политических и экономических интересов а добра со злом и т.п.

Искусство имиджмейкера заключается в правильном выборе персонажа для своего клиента и "подгонка" его деяний к соответствующим мифологическим подвигам и синхронизация вновь созданного мифа с предпочтениями определенного электората.

Специалисты выделяют несколько мифологических образов, активно используемых в современной пропаганде.

Покровитель. Покровитель – значит могучий и властный но добрый к тебе человек. опора в бедах утешение в страданиях предмет благоговения.

Кумир. Кумир не обязательно могуч не обязательно добр к тебе но он знаменит обятелен пользуется всеобщим восторженным восхищением.

Хозяин или Господин. Может быть он не добр к вам может быть он не является кумиром публики. Не в этом дело. Любое его слово–закон. Попробуйте не подчиниться есть нечто похуже смерти: пытки когда смерти ждут как счастливого часа. Но если вы будете лояльны к Господину и выскажете полное послушание вам будет хорошо. Вас может быть приблизят обласкают облекут относительной властью. Угодите ему и станете жить в довольстве. не сумеете угодить – пеняйте на себя.

Авторитет. Этот обладает ограниченной властью и не обязан творить благие дела. Благо уже в том что он больше других разбирается в каком–нибудь общепольном и важном деле. К нему нельзя не прислушиваться. Не воспользуешься его советом – гляди сядешь в лужу.

Виртуоз или Ловкач. Выступая в этой роли вы даете понять что умеете совершить невозможное. Хорошее или плохое – не важно. Виртуозный делец из под земли добывающий то чего иным и не снилось; виртуозный вор карманник; виртуозный игрок фокусник стихоплет спорщик – что угодно. в любом случае вы завораживаете публику и даже ограбленный вами субъект не может не восхищаться вашей ловкостью и не позавидовать ей в глубине души.

Удав. Это не Властитель не Господин хотя он при желании может сделаться для вас и хозяином. Это тип который видит ваши слабые места и в любой момент готов поразить их что доставляет ему истинное удовольствие. Ломать и топтать вас ему легко и приятно. вы боитесь его и предпочитаете подчиниться так как ни на миг не поверите что способны справиться с ним.

Дьявол. В этой роли вы – олицетворенное зло. Зло "метафизическое" зло ради зла а не во имя какой–либо цели. В известном отношении это "божество" с обратным знаком. Беспредельная власть божества но при этом беспредельная ненависть ко всему человеческому.(А.Б.Добрович. Фонарь Диогена: Из дневника психотерапевта. М.: Знание 81 с.92.)

Если проанализировать имидж политических деятелей современной России, то можно обнаружить их включенность в мифологические роли. Так очевидно, что лидер ЛДПР Владимир Жириновский олицетворяет роль Виртуоза , он столь ловок в политическом лавировании, что это избирателями признается, хотя у них и остается подозрение: что Жириновский их в чем–то явно надувает.

Александр Лебедь персонифицировал роль Хозяина. Он строг и обещает жестко разделаться с бюрократами, взяточниками, преступниками, прочими врагами России.

Егор Гайдар и Григорий Явлинский персонифицируют роль Авторитета. Знатоки своего дела, к которым стоит прислушаться, но не обладают грозностью Хозяина и всесилием Покровителя.

Борису Ельцину имиджмейкеры старательно создают образ Покровителя. В политической кампании 1996 года он предстает как добрый защитник нуждающихся от нищеты, молодежи от армии, бизнесменов от разорения. Но такая роль только тогда обретает силу: когда у Покровителя появляется его извечный противник – Дьявол и такой противник был создан. Нетрудно заметить, как образ лидера КПРФ Геннадия Зюганова в представлении демократически ориентированных СМИ стал приобретать явно люциферовские черты.

Правда дело осложнило то, что Зюганов не обладает какими–то уж дьявольскими чертами. Пришлось его ими наделить. Так как Ленин, Сталин и Гитлер уже не раз олицетворялись с Дьяволом и такие роли уже во многом за ними закрепились, то в СМИ упорно навязывалась цепочка: Ленин и

Гитлер – близнецы братья, Ленин породил Сталина, Зюганов – новый Ленин и новый Сталин. Из чего со всей очевидностью следует, что Зюганов тоже Дьявол, но скрытый. А дальше рисуются картины национальной катастрофы, которая обязательно произойдет, если выберут президентом Зюганова.