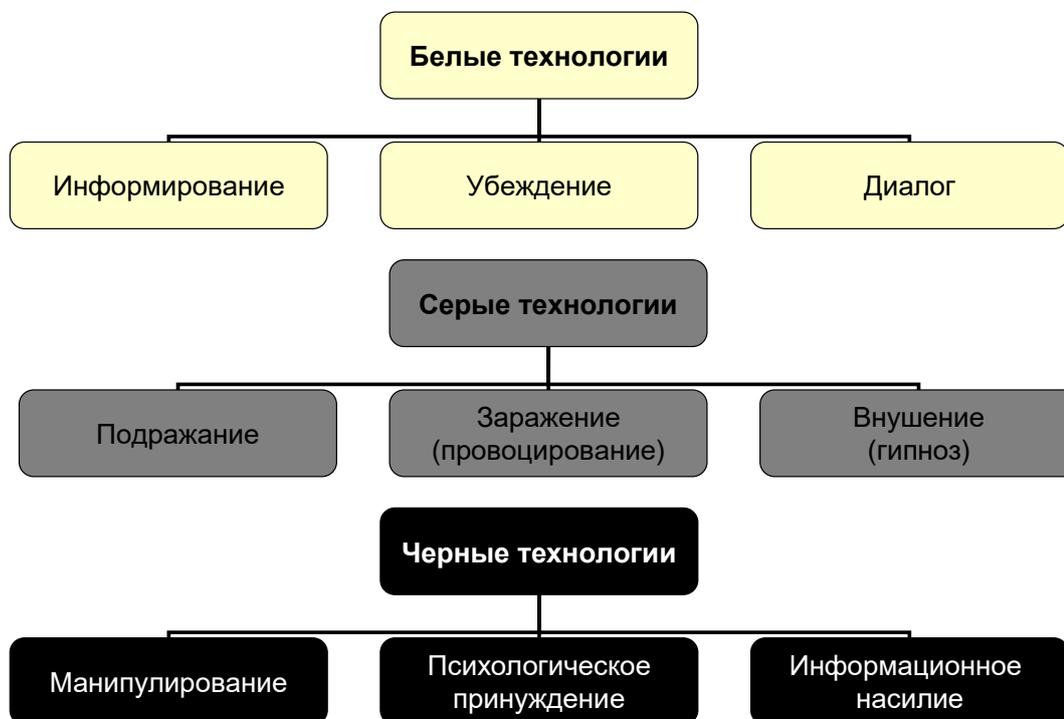


## Роль коммуникаций в управлении поведением

Современный человек живет в условиях постоянного влияния и давления, оказываемого на него другими людьми, да и сам он постоянно является субъектом влияния и давления. Большинству людей хорошо знакомо ощущение того, что ими помыкают, манипулируют, навязывают против их воли определенное поведение или убеждения.

Огромное количество разнообразных подходов к проблеме воздействия на сознание и поведение человека можно свести в две группы. К одной из них относятся теории и технологии, допускающие и поддерживающие несимметричную коммуникацию, когда один из участников коммуникации определяет ее содержание и способы общения, а другой лишь подчиняется. Такую коммуникацию и оправдывающие ее теории имеет смысл назвать репрессивной. Другая практика опирается на идею симметричной коммуникации, объединяющей равноправных партнеров. Такую коммуникацию можно назвать диалогической или гуманитарной. Между этими полярными позициями размещаются различные технологические схемы коммуникации, которые можно свести в несколько групп.

### Технологии коммуникации



В настоящее время 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»<sup>1</sup>.

Исследователь закономерностей влияния на людей П.С. Таранов дает такую трактовку манипуляции: исполненная коварства, но всегда внешне пристойная и чистая, изощренная по способу осуществления, обычно театрализованная, но обставленная акция одного человека или группы лиц в намерении нарушить или разрушить чужие интересы, чтобы привести к торжеству и победе интересы собственные<sup>2</sup>. Это определение вряд ли можно назвать научным, тем не менее, оно отражает одно из современных восприятий слова «манипуляция» как некоего вида мошенничества, махинации, преисполненных коварством действий.

Согласно В. Амелину, политическая манипуляция предполагает следующие операции:

- внедрение в общественное сознание под видом объективной информации желательного для некоторой группы содержания;
- воздействие на болевые точки общественного сознания, возбуждающие страх, тревогу, ненависть и т. д.
- реализация декларируемых и скрывааемых замыслов, достижение которых манипулятор связывает с поддержкой общественным мнением своей позиции.<sup>3</sup>

В Энциклопедическом словаре по политологии говорится, что «манипулирование - это процесс воздействия на общественное мнение и поведение для его канализации в нужном определенным политическим или общественным структурам направлении»<sup>4</sup>.

Анализ этих и других определений позволяет выделить главные, родовые признаки манипуляции.

Во-первых, процесс манипуляции асимметричен: есть сторона воздействующая и есть сторона, на которую воздействуют (субъект и объект). Причем чаще всего к людям, сознанием которых манипулируют, относятся не как к личностям, а как к объектам, особого рода вещам.

---

<sup>1</sup> Социальная психология. - М., 1994, с. 12.

<sup>2</sup> Таранов П.С. Приемы влияния на людей. - Симферополь, 1995, с. 478.

<sup>3</sup> Амелин В. Социология политики. М., 1992. - С. 40.

<sup>4</sup> Политология: Энциклопедический словарь. - М., 1993.

Во-вторых, это - вид духовного, психологического воздействия (а не физическое насилие или угроза насилия). Мишенью действий манипулятора являются психические структуры человеческой личности.

В-третьих, манипуляция - это скрытое воздействие, факт которого не должен быть замечен объектом манипуляции. Одной из первых книг, прямо посвященных манипуляции сознанием, была книга социолога из ФРГ Г. Франке "Манипулируемый человек" (1964). Он дает такое определение: "Под манипулированием в большинстве случаев следует понимать психическое воздействие, которое производится тайно, а, следовательно, и в ущерб тем лицам, на которых оно направлено".<sup>5</sup>

Для всякого манипулирования характерна некоторая закрытость, иллюзия, невидимый механизм, психологическое воздействие на сознание с целью формирования тех или иных убеждений или предпочтений. Как считает Г. Шиллер, «успех манипуляции гарантирован, когда манипулируемый верит, что всё происходящее естественно и неизбежно. Короче говоря, для манипуляции требуется фальшивая действительность, в которой её присутствие не будет ощущаться».<sup>6</sup> Все приемы манипулирования строятся на отвлечении внимания объекта от основной цели, которой предполагает достичь субъект. То есть, манипуляция предполагает некий внешний стимул, фиксирующий внимание объекта, и стимул скрытый, побуждающий объект к действию, которое сам бы он не совершил, но которое по какой-то причине необходимо субъекту. Дешифровка скрытого стимула лишает манипуляции смысла.

Для того, чтобы манипуляция была осуществлена успешно, внешний стимул должен быть значимым для объекта. Не приняв внешнего стимула, объект, соответственно, проигнорирует скрытый стимул. Суть данного эффекта точно сформулировал Дейл Карнеги: «Лично я люблю землянику со сливками. Но рыба почему-то предпочитает другие кушанья. Поэтому когда я иду на рыбалку, я беру для нее не то, что люблю, а червяков и сушеных кузнечиков».

В-четвертых, это воздействие, которое требует значительного мастерства и знаний. Если речь идет об общественном сознании, о политике, хотя бы местного масштаба, то, как правило, к разработке акции привлекаются специалисты или хотя бы специальные знания, почерпнутые из литературы или инструкций. Поскольку манипулирование общественным сознанием стало технологией, появились профессиональные работники, владеющие этой технологией (или ее частями). Возникла система подготовки кадров, научные учреждения, научная и научно-популярная литература.

В-пятых, всякая манипуляция сознанием есть продукт информационного взаимодействия. Манипулятор, посылая нам сообщения в виде текстов или поступков, дает нам такие знаки, чтобы мы, встроив эти

---

<sup>5</sup> См.: Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. - М., 2000. С. 20.

<sup>6</sup> Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. - М., 1980. С.27-28.

знаки в контекст, изменили образ этого контекста в нашем восприятии. Он подсказывает нам такие связи своего текста или поступка с реальностью, навязывает такое их истолкование, чтобы наше представление о действительности было искажено в желательном для манипулятора направлении. А значит, это окажет воздействие и на наше поведение, причем мы будем уверены, что поступаем в полном соответствии с нашими собственными желаниями. Другими словами, жертвой манипуляции человек может стать лишь в том случае, если он выступает как ее соавтор, соучастник. Только если человек под воздействием полученных сигналов перестраивает свои воззрения, мнения, настроения, цели - и начинает действовать по новой программе - манипуляция состоялась.

Манипулирование осуществляется в трех основных сферах: идеологической (пропаганда), экономической (реклама), социальной (воспитание, образование и т.д.).

Манипуляция может осуществляться в рамках межличностной, групповой и массовой коммуникации. Особую важность в последние годы приобрела манипуляция массовым сознанием и массовым поведением. Субъектом или инструментом такой манипуляции чаще всего выступают СМИ.

#### **Манипуляция посредством управления информационными потоками или информационной средой**

В число приемов контроля над информационными потоками прежде всего следует включить методы «фильтрации информационного потока»<sup>7</sup> Суть метода состоит в ограничении доступа аудитории к информации, нарушении работы информационного аппарата конкурента. В избирательных кампаниях использование ограничительных мер трансформируется в работу по сбору и уничтожению наглядной агитации конкурентов, нарушению циклов производства и распространения пропаганды конкурента. Например, в одной из избирательных кампаний одна из сторон организовала внеочередное праздничное мероприятие на типографии, в которой печаталась наглядная агитация конкурентов, что привело к срыву ее плана распространения и в конечном итоге к существенному отставанию другой стороны.

Методы фильтрации информации в обществе могут быть самыми разнообразными. Выделяют методы: «заслонки», «односторонний негативный вентиль», «открытый вентиль», «двусторонний открытый вентиль», «временной селектор», «многозвенный селективный вентиль» и воздействие на эмоциональный и подсознательный уровень субъекта<sup>8</sup>.

Часто создается препятствие появлению информации о каких-то темах и явлениях. Этот метод получил название информационной «заслонки»: реализация возможна лишь при полном контроле за источниками

---

<sup>7</sup> Иногда их называют методом «Ограничительные меры».

<sup>8</sup> Кот В. Поле борьбы - информационное пространство // Военный парад. – 1997, № 6, с. 86-87.

информации. При его использовании всегда задействуются все возможные механизмы контроля за доступом к информации, даже если информация формально не подпадает ни под одну из видов тайн. Приводится в действие механизм скрытого блокирования. Со стороны аудитории метод проявляется в полном исчезновении той ли иной актуальной темы из информационного поля<sup>9</sup>.

«Односторонний негативный вентиль» подразумевает выпуск в информационное поле только информации с негативной интерпретацией о событии или явлении. При его воплощении в жизнь самое важное - не допустить просачивания в информационное поле другой точки зрения, что может быть достигнуто или при помощи все той же системы силового контроля, или с использованием негласных договоренностей с главными редакторами СМИ.

Распространение информации с позитивной интерпретацией создало метод, получивший название «односторонний позитивный вентиль».

Создание избыточной информации – «открытый вентиль», сброс в общество информации в объеме, превышающем средний уровень, причем этот объем должен быть заведомо превосходящим возможности переработки и усвоения информации адресным субъектом. В результате происходит «срыв рациональной деятельности» его сознания (фрустрация на уровне общественного сознания), последствием развития которого является синдром «толпы». Это основополагающий метод для развития «снежного кома» в информационном поле.

Метод «двустороннего открытого вентиля» представляет собой создание нескольких избыточных информационных потоков с противоположными оценочными суждениями. Бесконтрольное применение этого метода может привести к глубокому внутрисполитическому кризису и расколу общества.

Особый временной режим каналов информирования – «временной селектор». В зависимости от поставленной цели он может использовать:

а) «шоковую» подачу информации (чрезвычайные сообщения, сенсации и т.д.);

б) эпизодический режим («случайная утечка информации», чаще используется для дезинформации);

в) периодический режим – обычно для создания устойчивого привыкания (реклама, транслирование по телевидению, изображение на денежных купюрах РФ двуглавого орла, не являющегося официальным гербом).

«Многозвенный селективный вентиль» – это комбинированная подача информации. Он объединяет все выше перечисленные методы. Наиболее часто используется многослойная информация, включающая нейтральную информацию, блок позитивной информации, блок «объективистской»

---

<sup>9</sup> Необходимо отметить, что ограничительные меры» никогда не бывают полностью эффективными.

информации, в которую эпизодическим фрагментом входит заданная тенденциозная информация.

Были также разработаны методы частной фильтрации информации, позволяющие снизить эффективность одного или нескольких сообщений. Прием «зонтик» основан на механизме, когда сообщение просто не достигает запланированного потребителя. Прием «воронка» построен так, что сообщение нейтрализуется суммарным действием иных сообщений. Подмена в массовом сознании информации одного сообщения другим посредством выделения его более важными приоритетами получила название «колесо». Прием «замена» строится на том, что сомнению подвергается не информация сообщения, а ее источник или медиатор<sup>10</sup>.

Среди особых средств информационного манипулирования выделяется технология «спиндоктор» (spin doctor) - деятельность по представлению событий в более желаемом виде<sup>11</sup>. Выделяют два типа работы спиндоктора: организация ожиданий до наступления самого события и исправление проблемы после того, как событие получило нежелательное освещение<sup>12</sup>. Эту технологию используют перед событием (before spin); наведение блеска после события (after spin); попытка перевода общественного интереса в другую сферу (tornado spin); управление событиями, выходящими из-под контроля (crisis control) и управление неконтролируемыми событиями для предотвращения дальнейшего вреда (reduce damage)<sup>13</sup>.

«Выборочный подбор информации». Сущность метода состоит в специальном подборе и использовании только тех фактов, которые являются выгодными для информационно-психологического воздействия. Интересно заметить, что с практикой использования аналогичного метода мы встречаемся в рекламе, в политической борьбе, в управлении социально-политическими процессами, в избирательных кампаниях.

«Метод отвлечения, или Копченая селедка (red herring)». Чтобы сбить собаку со следа, достаточно протащить через след копченую селедку - отсюда и термин, изобретенный пропагандистами. Применяется для того, чтобы отвлечь внимание аудитории от важной, но неудобной управляющим информации с помощью другой информации, поданной в максимально сенсационной форме. Создается отвлекающая эмоциональная доминанта.

«Метод создания фактов» - создавать факты можно и менее трудоемким способом: стоит лишь в подборке новостей передать действительные правдоподобные, действительные неправдоподобные и выдуманнные правдоподобные факты - сомнения, обращающиеся на вторую категорию, развенчиваются достаточно легко, а факты третьей категории проникают в сознание автоматически. Близок к созданию фактов и метод объективного подхода.

---

<sup>10</sup> Почепцов Г.Г. Психологические войны. - М.: Рефл-бук, 2000.

<sup>11</sup> Kurtz H. Spin cycl. How The White House and the Media Manipulate the News. - New York, 1998.

<sup>12</sup> Bruce B. Images of Power. How the Image Makes Shape our Leaders. - London, 1992.

<sup>13</sup> Watts D. Political Communication Today. - Manchester etc., 1997.

«Опережающее использование затруднительного вопроса или проблемы». Метод состоит в использовании вопроса или проблемы, затруднительной для другой стороны, с одновременной подготовкой пропагандистского мероприятия, для того чтобы спровоцировать другую сторону на невыгодные для него действия. Данный метод достаточно часто использовался западными странами против Советского Союза, официальные лица которого часто и непросчитанно использовали метод «Прямое опровержение». В одной из избирательных кампаний использовалась негативная информация об одном из кандидатов по следующему сценарию: на первом этапе была обнародована лишь небольшая ее часть, кандидат, предполагая отсутствие дополнительной негативной информации, использует метод «опровержения», после чего была обнародована оставшаяся часть негативной информации. Использование этого сценария привело к значительному снижению доверия электората к данному кандидату.

Метод объективного подхода заключается в подборе фактов и умелом их комментировании - путем исключения некоторых малоизвестных фактов или их добавления можно «выявить» несуществующую тенденцию. (И тем самым «запустить» ее на самом деле! Этот эффект, называемый эффектом Эдипа, известен довольно давно: «... но тут можно сослаться на всеобщую историю: там можно обнаружить множество событий, какие, не будь они предсказаны, никогда бы и не совершились»).

*«Информационный шум»<sup>14</sup>. В основе этой манипулятивной уловки лежит принцип, когда на основную информацию «наешивается» множество других материалов. «Шум» может создаваться обилием разноречивых комментариев, противоречивых мнений. «Шум» может создаваться через оснащение фактов сложными теоретическими выкладками, заумными выступлениями узких специалистов. Таким образом, главная тема теряется в непрерывном потоке несвязанных друг с другом сообщений, которые быстро и в большом количестве обрушиваются на аудиторию.*

Повышению уровня информационного шума способствует стремительный темп обновления информации. Высокая оперативность в подаче информации позволяет быстро менять основные пункты «повестки дня» и снижать уровень осознанного восприятия предлагаемых сведений.

Использование слухов. Слухи - передаваемая в межличностном общении информация, касающаяся актуальных явлений и событий в общественной жизни и отражающая стремление людей домыслить неясную ситуацию. Слухи нередко основываются на ложных сведениях, как правило, являются следствием дефицита информации. Слухи выполняют

---

<sup>14</sup> Иногда эту уловку называют методом фрагментации или дробления информации.

двойственную функцию: объяснения ситуации и снятия эмоционального напряжения, испытываемого индивидом<sup>15</sup>.

Утечки секретной информации. Утечки, полученные через СМИ из «анонимных источников». Как правило, эта «секретная» информация касается предполагаемых политических акций властей или лиц, претендующих на власть. Утечки, как правило, организуются чаще всего самими властями, с тем чтобы провести зондаж общественного мнения по тому или иному политическому вопросу. В случае негативной реакции общественное мнение подвергается дополнительной обработке, чтобы подготовить его к определенной политической акции. А если реакция крайне негативна, то власти всегда имеют возможность «опровергнуть» сенсационную информацию, объявив ее «досужими выдумками журналистов». Утечки используют и представители какой-либо оппозиции, для того чтобы обнародовать какие-либо непопулярные мнения или действия власть предержащих.

Использование дезинформации. Распространение ложных сведений. Довольно грубый, но эффективный прием манипуляции. Сила его в том, что используется дезинформация, как правило, в момент принятия какого-либо важного решения, и когда будет известна правда - цель дезинформации уже будет достигнута. Американский специалист в области рекламы и пропаганды Артур Мейергоф в книге «Стратегия внушения» пишет: «Пропаганда как таковая не обязательно должна искажать правду. Лучше было бы сказать, что она может основываться на разнообразных комбинациях из отобранных истин, полуистин и заведомой лжи»<sup>16</sup>. Иногда используется такой вариант дезинформации, когда имитируются источники информации противника или конкурента, которые якобы сообщают информацию, выгодную инициатору дезинформации. Например, в ходе одной из избирательных кампаний были выпущены листовки с избирательной программой и дизайном листовок другой стороны, однако программа содержала положения, неприемлемые для электората. Другим примером применения метода является выпуск листовки за подписью одного из кандидатов с сообщением о снятии своей кандидатуры. В одной из избирательных кампаний данное мероприятие было проведено в последний день, разрешенный для агитации, что не оставило времени «избирательной

---

<sup>15</sup> Многие люди придают больше значения новости, сообщенной шепотом, чем новости, объявленной открыто. Человек, получивший такую новость, хотя бы и из СМИ, но поданную с заговорщическим видом, считает, что он стал обладателем уникальной новости, и сам этот факт способствует его самоутверждению. А в целом это ведет к закреплению в памяти этого сообщения. СМИ, сообщая «новость шепотом», достигает эффективности в подаче информации, с одной стороны, и в то же время снимает с себя ответственность за достоверность информации. Сама подача новости в виде: «Слухи о том, что такой-то государственный деятель – вор. нам не подтвердили», - способствует тому, чтобы в массовом сознании отложилось нечто обратное. По принципу: раз слухи есть, значит неспроста. Слухи, как и утечки информации из официальных органов, прекрасно служат для зондажа общественного мнения, для создания негативного имиджа определенным политическим деятелям и их действиям.

<sup>16</sup> Meyerhoff A. The Strategy of Persuasion, p. 105.

команде», против которой направлено это мероприятие, на организацию широкомасштабного опровержения.

Говоря о дезинформации, как инструменте управления информационными потоками, следует иметь в виду, что ложь может иметь множество форм:

- 1) приписывание кому-либо или чему-либо различных качеств;
- 2) искажение образов действительных событий;
- 3) преувеличение;
- 4) перетасовка фактов;
- 5) чистый вымысел.