

УДК 159.923.2

МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ МАССОВЫМ СОЗНАНИЕМ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Ю.А. Дашевский

ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», г. Тверь

Текущий этап развития общества характеризуется экспоненциальным ростом объёма информации и изменением восприятия категорий свободы, пространства, времени, отношения индивида, общества и государства. В данной связи представляют интерес механизмы, при помощи которых информация применяется для управления общественным мнением и формирования массового сознания, а также эволюция различных типов политического режима в информационном обществе.

Ключевые слова: *массовое сознание, информационная элита, тоталитаризм, постиндустриальное общество, аудитория, манипулирование, общественное мнение, хаос.*

Наступление «информационной эры» привело к постепенным (но тем не менее ускоряющимся) преобразованиям в социальном устройстве и в роли человека в обществе, государстве и семье. Если взять за основу классификацию социальных волн, принятую Э. Тоффлером в книге «Третья волна», то на смену аграрным и индустриальным отношениям приходят информационные, с совершенно иной картиной мира. Постиндустриальное общество характеризуется новым представлением человека о масштабе пространства и времени, появлением глобальной, трансграничной информационной среды как наиболее эффективного продукта глобализационного процесса [5]. На этапе формирования нового социокультурного явления – сети Интернет – была распространена оптимистичная точка зрения, согласно которой государство и общество будущего будут развиваться по образу и подобию Интернета, в условиях свободы распространения информации, плюрализма мнений и демократического государственного устройства. Однако, как показывают факты актуальной действительности, эта точка зрения оказалась утопической, а свобода распространения информации породила новые вызовы для цивилизации и угрозы безопасности [1]. Многими учёными, политиками и публицистами в настоящее время рассматривается негативный прогноз развития глобализационного мирового проекта. Так, Н. Хомский полагает, что глобализация – это процесс перераспределения контроля над ресурсами в пользу США и их ближайших союзников за счёт благосостояния остального мира [9]. Кризис глобализации несёт в себе и угрозу краха современной демократии, в связи с чем возникает вопрос, способен ли существовать недемократический режим (авторитаризм либо тоталитаризм) без явно выраженного насилия и жёсткой идеологии? В информацион-

ную эпоху – способен, причём ещё более эффективно, нежели в первой половине XX в. – периоде расцвета тоталитарных режимов. Ведь основным определяющим фактором тоталитаризма является не идеология (хотя и она играет значимую роль), не абсолютная власть руководителя (абсолютные монархии нельзя считать тоталитарным режимом) и не насилие (история, в том числе и русская, знала много примеров жестоких правителей и кровопролитных казней, но они не отождествлялись с тоталитарным правлением, в то время как в антиутопиях О. Хаксли «О дивный новый мир» или Р. Брэдбери «451 градус по Фаренгейту» нет явных демонстраций массового насилия и жестокости, произвола власть предержащих, напротив – это спокойный, стабильный социум, но всё же это – «образцовые» модели тоталитарного общества.

Сущность тоталитарной системы – в её всеобщем проникновении. Каждый член общества в той или иной мере оказывается действующим «винтиком» государственной системы, и любое действие или поступок индивида трактуется именно с позиции его значения для государства, для системы. И такой механизм «внедрения» индивида в разползшуюся по всем уголкам социума государственную структуру реализуется совместно с процессом социализации человека, с самого раннего детства, через воспитание, образование, демонстрацию желательных и нежелательных моделей поведения именно с «государственной» точки зрения. Лейтмотивом такой системы воспитания становится не «чего ты добился», а «что ты сделал для». Уйти, скрыться от системы практически невозможно – в неё вовлечено всё общество, за исключением маргинальных слоёв (умалишённых, бродяг, уголовных элементов).

Тоталитаризм отличается от автократии. Он характеризуется тотальным проникновением государственной системы внутрь общества, когда всё население начиная с самого раннего возраста оказывается вовлечено и мобилизовано на политическую деятельность посредством сложной многоуровневой системы организаций, контролируемых государственной властью, членство в которых обязательно или желательно (например, пионерские организации, комсомол, профессиональный и творческие союзы в СССР). У граждан нет возможности остаться в стороне от политической жизни и идеологической «обработки» (которая в ряде случаев может и не сопровождаться эксплицитным применением насилия), и всё население представляет собой «винтики» государственной машины. В стороне могут остаться только маргиналы, в различной степени ограниченные в правах (например, в СССР для автора исключение из Союза писателей приводило к запрету на публикации его произведений). Автократия же характеризуется, как и тоталитаризм, неприятием прав и свобод человека (зачастую обозначаемых как «чуждый» или «враждебный» элемент) и неограниченной властью единоличного лидера, а также развитым репрессивным аппаратом. Но при автократии (например, абсолютной монархии или самодержавии) нет тотального

проникновения властной системы в общество – власть существует сама по себе, а народ – сам по себе. Форма правления в контексте политического режима не имеет значения, и не следует смешивать эти понятия.

В современном обществе, с развитием электроники, человек стал ещё более уязвим для контроля со стороны государства, причём сам индивид может даже не осознавать, насколько много он даёт о себе знать. Использование различных средств и каналов связи, банковских карт, анализаторов поисковых запросов позволяют дистанционно узнать о человеке практически всё: где он находится, с кем общается, чем интересуется, сколько получает и где тратит деньги, всё, вплоть до вкусов, интересов и распорядка дня. И при этом сам человек в ряде случаев даже не будет осознавать, что при необходимости спецслужбы и лица, имеющие доступ к информации, будут знать о нём едва ли не больше, чем знает о себе он сам. И вся собранная информация в случае необходимости может быть использована против данного индивида.

Тем не менее определяющим с точки зрения влияния на быт современного человека и наиболее значимым изобретением является вовсе не компьютер и даже не автомобиль, а расписание. Потому что именно с расписания и начинается «механизация» человеческого сознания, его стандартизация и унификация, делающая человека индустриального общества «живым придатком машины», отчуждённым от результатов собственного труда [7]. Механизация производства, вопреки ожиданиям, не облегчает работу человека, капиталистический производственный процесс по-прежнему рассчитан на то, чтобы использовать человека на 100%, «выжать из него все соки». Поэтому с совершенствованием средств производства не могут не расти объёмы производства, которые (в свою очередь) кому-то необходимо потреблять (отсюда – и возникновение «общества потребления») [6]. Разобщению способствуют нехватка свободного времени у жителей больших городов и так называемые «пожиратели времени», т. е. деятельность, направленная не на достижение какой-либо полезной цели, а предназначенная лишь для того, чтобы занять («убить») время. К «пожирателям времени» можно отнести дорогу от дома до работы и обратно (нередко занимающую порядка двух часов в один конец), компьютерные игры, веб-серфинг (просмотр страниц в Интернете без какой-либо конкретной цели).

У значительной части занятых людей рабочий день расписан буквально поминутно, и малейший сбой в этом «расписании» может привести к нарушению планов и стрессовым ситуациям. Даже если взять жизнь обычного городского офисного работника, то при 8 часах, проводимых в сутки на работе, и 6 часах, отведённых на сон, у него остаётся только 10 часов, из которых необходимо вычесть время, проводимое в дороге, а также время, затраченное на приём пищи, выполнение рутинных домашних обязанностей и на тех самых «пожирателей времени». В результате получается, что на живое общение с друзьями и родственни-

ками, а также на собственные увлечения и размышления у городского человека банально не хватает времени. Нехватка времени, большой объём вольно и невольно потребляемой информации (к последнему можно отнести включенный у многих людей телевизор или радиоприёмник, работающий в качестве «фона» для другой деятельности), а также затруднённая проверка информации (или откровенное выдавание желаемого за действительное) и нежелание выделяться из массы себе подобных во избежание потенциальных неблагоприятных последствий приводят к тому, что реципиент начинает воспринимать информацию априорно, без проверки.

Использование информационного мусора для управления массовым сознанием основано на создании большого объёма малозначительной информации (шума), существенно ограничивающего возможности отбора и восприятия реально полезной и ценной информации [10].

Большое количество доступной информации вопреки ожиданиям не улучшает её качество, а ухудшает в связи с тем, что сознание реципиента не способно обработать сильно возросшее количество сведений и, что самое важное, зачастую неспособно «фильтровать» сведения, поступающие к нему посредством каналов распространения массовой информации. Поиск истины в потоке разнообразной лжи превращается в поиск «иголки в стоге сена».

Еще одним механизмом установления контроля над массовым сознанием является отвлечение внимания масс от насущных проблем актуальной реальности и их одновременное запугивание созданием искусственной проблемы. В этих целях работает (намеренно либо случайно) эксплуатация эскапизма – социально обусловленной мировоззренческой тенденции к уходу от реальности в воображаемый (виртуальный) мир, создаваемый массовой культурой. Реальная значимость искусственно созданной проблемы несоизмеримо мала по сравнению с нагнетаемой по её поводу шумихой. Чаще всего такие «искусственные», малозначимые проблемы выискивают в области здоровья или общественной нравственности, причём в ряде случаев подбор примеров политически мотивирован (например, в СМИ могут поднять массовую истерию по поводу жестоко обращения с ребёнком в приёмной семье за рубежом, но при этом умалчивать об аналогичных случаях в России или же мотивировать принятие непопулярного закона примерами отдельных зарубежных стран). Запугивание и отвлечение населения от реальных проблем может также иметь коммерческую мотивировку (например, с целью поднять продажи различных лекарственных препаратов).

Вторым этапом после запугивания населения становится деление общества на «своих» и «чужих» – самое примитивное и не обусловленное реальным положением дел. Оно также необходимо для дальнейшего отвлечения народа от реальных проблем и для направления растущего недовольства в определённый «канал», угодный производителям ин-

формации. Подобная дихотомия «мы – они» характерна для реципиентов, которым не свойственна доказательная аргументация, которым достаточно только указания факта без его объяснения. Более того, эффективность данной меры напрямую связана с проецированием индивидуальными потребителями информации своего собственного жизненного опыта на вопросы культуры, политики, межличностных отношений.

Выдача созданной массовой истерии за общественное мнение, подкреплённая словами какого-нибудь «авторитетного источника» (в качестве которого могут выступать так называемые «лидеры общественного мнения» («*opinion leaders*») [2]) может стать базой для принятия популистских решений и начала кампании по «охоте на ведьм». В качестве подобных «ведьм» могут выступать те, кто в данный конкретный момент невыгоден правящим элитам (в разные времена и в разных странах это могли быть евреи, коммунисты, диссиденты и пр.). Французский дипломат Ш. Талейран-Перигор ещё в 1815 г. говорил: «Я знаю, кто обладает большей мудростью, чем Наполеон, чем Вольтер и все прошлые и будущие министры – это общественное мнение» [11, p. 570].

К прочим приёмам манипулирования массами стоит отнести насаждение определённых моделей поведения, а также отношений и ценностей посредством научения через их многократную демонстрацию, а также эксплуатацию невежества массовой аудитории, расхожих штампов, популистских высказываний, а также активное использование эмоционального, а не рационального воздействия на аудитории. Так, ещё А. Гитлер в своём труде «Моя борьба» доказывал о том, что чем невероятнее ложь, тем сильнее в неё поверят, потому что аудитория не сможет осмыслить, как было возможно настолько сильно и безобразно исказить действительность.

Подобные механизмы управления массовым сознанием эффективно работают далеко не во всех обществах, а там, где реципиенты уже морально подготовлены к подобным манипуляциям. В частности, такая подготовка может заключаться в большем доверии к слухам, нежели к официальной информации, преобладании в обществе ненависти к определённым государствам или социальным группам, а также в высокой восприимчивости к маргинальным идеям и теориям заговора и общем невысоком уровне просвещённости основных слоёв потребителей информации и высоком общем уровне агрессии и недовольства в обществе.

Управление массовым сознанием при помощи массовой информации заключается не только в её определённом подборе и распространении. Немалое значение имеет и формирование определённого типа восприятия у реципиента, что позволяет информационной элите генерировать информацию соответственно имеющемуся типу восприятия.

В существующих условиях растущая стандартизация и формализация мышления оказывает формирующее влияние на восприятие информации, что можно объяснить растущей скоростью распространения

информации, объёмом информации, а также ограниченными возможностями сознания для принятия решения в каждом конкретном случае. Отсюда – развитие мышления на основе типизации и принятие решения на основе стандартных, шаблонных ситуаций. Это объясняется тем, что в современном мире реализуется статистический принцип «если какая-то ситуация может произойти, она рано или поздно происходит», т. е. все события актуальной реальности можно классифицировать по шаблону и принимать решения в соответствии с данной классификацией. В связи с тем, что поток информации существенно увеличился, равно как и скорость её распространения, это оставляет гораздо меньше времени на её рассмотрение реципиентом, что и приводит к господству шаблонного, стереотипного мышления. А огромный объём имеющейся информации приводит к тому, что стереотипность мышления становится всё более громоздкой, и всё больше усилий требуется, чтобы опровергнуть сложившийся неправильный стереотип или образ массового сознания. Ведь единожды созданный и растиражированный имидж впоследствии очень трудно поддаётся изменению и искоренению из массового сознания, что особенно ярко проявляется в политическом PR. Более того, сам объект PR может не обладать всеми теми качествами, какие ему приписываются. То есть реальное лицо и его образ практически никак не соотносятся между собой, и в ряде случаев образ и реальность могут полностью друг другу противоречить, что способно вызвать когнитивный диссонанс у аудитории при попытке критически осмыслить пропагандистские или «имиджевые» материалы. Ещё Талейран говорил, что «целые народы пришли бы в ужас, если бы узнали, какие мелкие люди властвуют над ними» (цит. по [3]). Тем не менее, большая часть аудитории пассивна и неспособна на критический анализ подаваемой ей информации.

Для того же чтобы удобный информационной элите стереотип укоренился в сознании, недостаточно его массового распространения и демонстрации. Необходимо возбудить чувство обиды, мнимое ощущение оскорблённости или ущемления своих прав и дать установку реципиенту рассматривать любую информацию даже в самом невинном контексте преимущественно именно с этой точки зрения, тем самым мотивируя источник информации на гипертрофированную осторожность, самоцензуру и прочие формы самоограничения в своих суждениях и выводах, что искажает реальную картину действительности и настроений в обществе. Во многом это повторяет знаменитую формулу «спирали молчания» Э. Ноэль-Нойманн [12].

В постиндустриальном обществе, в котором производство информации и новых знаний становится важнее производства материальных объектов, человек оказывается всё больше дегуманизован, закреплён рамками расписаний, необходимости своевременного (по возможности быстрого) принятия решений в условиях растущей взаимозависимости действий и событий, когда непредвиденные последствия мо-

гут быть вызваны взаимодействием событий, которые на первый взгляд кажутся совершенно несвязанными между собой («взмах крыльев бабочки может вызвать цунами») и растущее количество факторов, влияющих на жизнь общества и индивида, со временем превращает развитие социума в хаотическую систему [4]. Творческая (продуктивная) деятельность сменяется репродуктивной (воспроизведением уже существующих моделей действительности), принятие самостоятельных решений заменяется следованием многочисленным готовым инструкциям, и любое событие или действие, выходящее за рамки предусмотренных инструкций, становится для сознания постиндустриального человека непреодолимой преградой [8]. Таким образом, самостоятельность мышления приносится в жертву автоматизму и эффективности действий.

Следствием атомизации и разобщения является возросшая мнительность и недоверие, что тоже может быть объяснено, с одной стороны, снижением количества и качества социальных контактов, а с другой – эксплуатацией человеческих страхов в массовой культуре и СМИ. Именно следствием такой эксплуатации страхов является то, что девушка, увидевшая мужчину на пустынной тёмной улице, сразу начинает подозревать в нём маньяка, а молодые люди из высокоразвитых стран пытаются уйти от проблем и трудностей действительности в виртуальный мир, в котором они (как они сами полагают) обретают свободу от реального мира, отравленного стереотипами и неестественными моделями отношений. Парадокс в том, что эта свобода является воображаемой и только усугубляет конфликт между «реальным» и «виртуальным» миром в сознании индивида.

Чрезмерная формализация человеческих отношений и, как следствие, формализация мышления приводят к рассмотрению всех аспектов действительности неоправданно серьёзно, к угасанию и снижению чувства юмора у людей. Человек информационного общества склонен рассматривать всё без смеха, неспособен в ряде случаев распознать тонкую иронию или сарказм, что постепенно приводит к тому, что юмор вырождается в пошлые туалетные истории. Политическая карикатура может вызвать совершенно не тот эффект, на который она была рассчитана.

Вменение априорного чувства вины любому источнику информации заключается в том, что своей публикацией он может нарушить чьи-то права, даже напрямую того не желая. Например, велика вероятность того, что образ монашки из французских комедий про жандарма, будь они сняты сейчас, вызвал бы шквал ненависти у публики, уже информационно подготовленной и запрограммированной на такую реакцию. На практике внедрение чувства вины проявляется в распространении «политкорректности» – феномена замалчивания или воздержания от использования резких или потенциально оскорбительных в данном контексте слов и фраз.

Возросшая скорость передачи и обмена информацией становится одним из определяющих факторов в выработке и реализации информа-

ционных операций. Так, единожды запущенная в оборот информация впоследствии начинает распространяться бесконтрольно, многократно репродуцируясь и модифицируясь. Скорость её распространения усложняет возможность её проверки и опровержения – массовая аудитория, не имеющая адекватной возможности для проверки достоверности предоставляемой информации (в силу скорости её распространения, в числе прочих факторов), вынуждена либо априори считать её достоверной, либо априори считать её недостоверной в зависимости от того, насколько она коррелирует с убеждениями того или иного индивида. Тем самым выдача желаемого за действительное в информационном обществе может оказаться гораздо проще в силу сложностей для верификации сведений.

В заключение следует сделать ряд общих выводов. Во-первых, чем больше объём доступной информации, тем меньше её абсолютная ценность (потому что значительная часть располагаемой информации – повторы уже имеющейся, либо информация, не представляющая важности в текущем контексте, а только затрудняющая поиск необходимой). В сети Интернет наиболее ярко выраженным и очевидным примером такой информации является спам). Во-вторых, запуск информации в открытое обращение практически неизбежно приводит к её дальнейшему распространению и искажению. В третьих, эффективность управления массовой аудиторией напрямую связана с отдельными индивидуально-личностными характеристиками аудитории (уровнем развития критического мышления, эрудицией, восприимчивости к стереотипам, недовольством и характером недовольства), но не с социальным портретом, что связывается с размытостью социальных границ в постиндустриальном обществе. И в качестве заключительного вывода следует указать то, что авторитарные и тоталитарные режимы могут успешно существовать и в информационном обществе, используя его ресурсы для контроля над обществом в целом или отдельными его индивидами.

Список литературы

1. Зверевич В.В. Информационное общество в виртуальной и социальной реальности. Что это за общество и как оно существует в этих реальностях? / Рец. на кн.: Соколов А.В. Информационное общество в виртуальной и социальной реальности. СПб.: Алетейя, 2012. 352 с. // Науч. и техн. б-ки. 2013. № 6. С. 84–103; № 7. С. 54-75.
2. Кац Э., Лазарфельд П. Личное влияние. Томск: Водолей, 1991. 238 с.
3. Коржаков А. В. Борис Ельцин: от рассвета до заката. М.: Интербук, 1997. 480 с.
4. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006. 416 с.

5. Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2004. 781 с.
6. Фромм Э. Здоровое общество / пер. Т.В. Банкетовой. М.: Аст, Хранитель, 2006. 544 с.
7. Фромм Э. Марксова концепция человека / пер. Э.М. Телятниковой // Фромм Э. Душа человека. М.: Республика, 1992. с. 375–414.
8. Фромм Э. Бегство от свободы. М.: АСТ, 2011. 288 с.
9. Хомский Н. Прибыль важнее людей: неолиберализм и мировой порядок / пер. с англ. Б.М. Скуратова. М.: Праксис, 2002. 248 с.
10. Donahue G.A., Tichenor P.J., and Olein, C.N. Mass Media and the Knowledge Gap. *Communication Research*. 1975. № 2. P. 3–23.
11. Hoyt's New Cyclopedia Of Practical Quotations. <http://www.bartleby.com/78/>
12. Noelle-Neumann, E. The spiral of silence. A theory of public opinion – Our social skin. Chicago: University of Chicago Press, 1984. 384 p.

MECHANISMS OF COLLECTIVE CONSCIOUSNESS CONTROL IN INFORMATIONAL SOCIETY

J.A. Daszewski

Tver State University, Tver

The current stage of social development is characterized by exponential growth of volume of information and change of perception of such categories as freedom, space, time, relation, as well as the individual's relationships with society and state. In this context, the mechanisms of information use aimed at public opinion control and shaping collective consciousness, as well as evolution of different kind of political regimes in informational society were studied in the paper's format.

Keywords: *collective consciousness, information elite, totalitarianism, postindustrial society, audience, manipulation, public opinion, chaos.*

Об авторе

ДАШЕВСКИЙ Юлиан Александрович – аспирант кафедры философии и теории культуры ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», Тверь. E-mail: julian@nur.kz

Author information

DASZEWSKI Julian Alexandrovich – Ph.D. student, Department of Philosophy and Theory of Culture, Tver State University, Tver. E-mail: julian@nur.kz