

УДК 1: 130.123 (575.2) (04)

**СОЦИАЛЬНЫЙ МИФ КАК СРЕДСТВО
МАНИПУЛЯЦИИ СОЗНАНИЕМ ОБЩЕСТВА**

Е.А. Ветошкина¹

Now the myth becomes a control facility, manipulations, influences in different spheres, from a policy to advertising. Spontaneous creativity of myths is replaced by conscious designing of myths; it does not explain a reality, and builds illusion, a Mirage. It is convincing on the analysis of materials of a mass culture and advertising.

Ключевые слова: общественное сознание, массовое сознание, массы, толпа, класс, власть, средства массовой информации, манипулирование сознанием, манипулятивная система, миф, типология мифов, мифологизация сознания.

С конца XIX в. одной из главных проблем психологии, философии и культурологии стало массовое сознание. Масса (и ее крайняя, временная и неустойчивая форма – толпа) не есть часть общества, хотя и образует коллективы. В ней отсутствует структура и устойчивые культурные системы, у нее другой разум и образ поведения, нежели у класса. «Толпа никогда не стремилась к правде; она отворачивается от очевидности, не нравящейся ей и предпочитает поклоняться заблуждению, если только заблуждение это прельщает ее. Кто умеет вводить толпу в заблуждение, тот легко становится ее повелителем; кто же стремится образумить ее, тот всегда бывает ее жертвой» [4. С.141]. Проблема управ-

ления массовым сознанием и поведением приобрела особую остроту и актуальность в тот момент исторического развития, когда массы получили возможность влиять на ход социально-политических процессов, например, посредством голосования или революции, восстания. Очевидно, что модель взаимоотношений «власть–масса» была создана в далеком прошлом, но XX век отшлифовал, довел до совершенства то, что в иные времена существовало в зародыше.

Мифы, несущие в себе важную иррациональную компоненту, становятся частью традиции и играют важную роль в легитимации общественного строя в идеократических государствах. Однако миф и в современном обществе не утратил своего значения как важной формы общественного сознания и представления действительности. Структура мифа и

¹ Ветошкина Елена Анатольевна – студентка философского отделения гуманитарного факультета КРСУ.

характер его восприятия общественным сознанием хорошо изучены, что позволило создать в демократических государствах целую индустрию, фабрикующую и внедряющую мифы с целью манипуляцией сознанием и поведением. Такие мифы, конечно, редко становятся частью долговременной традиции, входящей в ядро культуры, однако в текучей мозаичной массовой культуре они могут занимать большое место, а главное, они решают конкретные задачи по манипуляции сознанием [3, 308].

Р. Барт в книге «Мифологии» представляет миф в качестве структуры, метаязыка, «похищающей язык» [1. С.51]. В основе мифа лежит понятие или ситуация (концепт), которая изначально обладает некоторым набором значений и смыслов. Миф же отнимает у концепта его первоначальный смысл и стремится заместить его другим, который и будет являться содержанием мифа. Таким образом, концепт используется мифом в качестве формы, которую можно наполнить различным содержанием. Нужно отметить, что смысл концепта не исчезает полностью, он лишь деформируется мифом, упрощается и уплощается, например, когда из цепи событий выдергиваются только те факты, которые нужны для создания образа или представления о том или ином событии.

Этот прием очень часто используется средствами массовой информации, когда определенные факты замалчиваются, а другие, напротив, активно выставляются напоказ, акцентируя на себе внимание реципиента. Миф – прекрасное средство манипуляции мнением и поведением людей. Миф не только означает концепт и оповещает о той или иной интерпретации событий, он также внушает, что высказанная трактовка верна и, организуя мысли людей определенным образом, предписывает им соответствующие поступки. В книге Г. Шиллера «Манипуляторы сознанием» приводится ряд мифов, составляющих

основное содержание манипуляции массовым сознанием.

Миф о нейтралитете. Для достижения наибольшего успеха манипуляция должна оставаться незаметной. Успех манипуляции гарантирован, когда манипулируемый верит, что все происходящее естественно и неизбежно. Таким образом, важно, чтобы люди верили в нейтральность их основных социальных институтов. Они должны верить, что правительство, средства массовой информации, система образования и наука находятся за рамками конфликтующих социальных интересов. Повсюду в социальной сфере к понятиям нейтральности и объективности прибегают всякий раз, когда речь идет о характеристике ценностно-ориентированных, направленных видах деятельности, оказывающих поддержку преобладающей установленной системе. Существенным элементом постоянного функционирования системы управления служит тщательно культивируемый миф о том, что никакие частные группы или взгляды не оказывают доминирующего влияния на важные процессы принятия решений в стране. Традиционная экономическая наука утверждает, что все – покупатели и продавцы, рабочие и работодатели – находятся в условиях рынка примерно в равном положении и сами решают свою судьбу в не поддающейся контролю сфере независимого принятия решений в пользу того или иного выбора. То же самое происходит и на рынке идей. Манипуляторы утверждают, что не существует никакой идеологии, выступающей в качестве механизма управления. Есть лишь, утверждают они, информационно-научный спектр, из которого нейтральный ученый, учитель, правительственный чиновник или любой человек выбирает информацию, более всего подходящую к той модели истины, которую он пытается построить.

Миф о плюрализме средств массовой информации. Представление о личном вы-

боре, осуществляемом в условиях культурно-информационного разнообразия, рекламируется в мировом масштабе как характерная черта жизни в Америке. Этот миф и является главным мифом, обеспечивающим успех манипуляции. Выбор и разнообразие – понятия хотя и разные, но все же неотделимые друг от друга; выбор в действительности невозможен без разнообразия. «Если на деле предметов выбора не существует, то выбор либо бессмыслен, либо носит манипулятивный характер. Выбор также носит манипулятивный характер, когда создается иллюзия того, что он имеет смысл» [8, 35].

Миф об индивидуализме и личном выборе. Самым крупным успехом манипуляции, наиболее очевидным на примере Соединенных Штатов, является удачное использование особых условий западного развития для увековечивания как единственно верного определения свободы языком философии индивидуализма. Это позволило концепции индивидуализма выполнять сразу две функции. Она оберегает право частной собственности на средства производства и одновременно выступает в качестве блюстителя индивидуального благосостояния, предполагая, а скорее настаивая, что последнее недостижимо без существования первого. На этом фундаменте и зиждется вся конструкция манипуляции.

Миф о неизменной природе человека. Человеческие устремления могут способствовать социальным изменениям. Когда ожидания невелики, преобладает пассивность. У каждого человека, безусловно, могут складываться собственные представления о политической, социальной, экономической действительности, однако общим знаменателем всех этих представлений служит взгляд людей на человеческую природу. В конце концов взгляд на природу человека влияет на поведение людей, причем вовсе не потому, что они должны действовать подобным образом, а лишь пото-

му, что они верят, что им следует поступать именно так. «Так, например, заправились средствами массовой информации легко оправдывают ежедневные телевизионные программы, в которых на каждый час приходится с полдюжины убийств, утверждая, что телевидение, мол, лишь дает людям то, чего они сами хотят. Очень плохо, пожимают они плечами, что человеческая природа ежедневно в течение восемнадцати часов требует насилия и бойни» [8, 51].

Рассмотренные мифы составляют содержание манипулятивной системы. Они создаются для того, чтобы держать людей в повиновении. Когда их удастся незаметно внедрить в сознание масс, как это делает культурно-информационный аппарат, мифы обретают огромную силу, ибо большинство людей не подозревают о происходящей манипуляции. Специальный метод передачи мифа делает процедуру управления еще более эффективным. Метод передачи сам по себе добавляет еще одно измерение к манипулятивному процессу. Нагляднее всего это проявляется в методе распространения информации, который Г. Шиллер назвал дроблением. Газеты и журналы намеренно разбивают статьи, помещая основную часть текста в конце номера, с тем, чтобы заставить читателя просмотреть несколько страниц рекламы. Радио- и телевизионные программы постоянно прерываются для передачи рекламы. Полное безразличие, с которым реклама относится к любым политическим или социальным событиям, врываясь в передачи независимо от того, о чем идет речь, низводит любые социальные явления до уровня ничего не значащих происшествий. Таким образом, реклама в дополнение к ее общепризнанным функциям по продаже товаров, культивированию новых потребительских запросов и восхвалению системы оказывает корпоративной экономике еще одну неочевидную услугу. Ее вмешательство во

все информационные и развлекательные программы снижает и без того низкую способность аудитории критически оценивать тотальный характер освещаемого события или проблемы.

Другой формой осуществления мифов является немедленная передача информации. Немедленность не только тесно связана с методом фрагментации, но и является обязательным элементом для его осуществления. Качество это способствует усилению манипулятивных возможностей информационной системы. Тот факт, что информация не имеет сколько-нибудь постоянной структуры, также снижает возможность ее понимания. И все же незамедлительность – репортаж непосредственно с места событий – остается одним из самых главных принципов журналистики. Социальные системы, неспособные обеспечить незамедлительную информацию, считаются безнадежно отсталыми неэффективными или, что значительно серьезнее, социально-преступными. Ложное чувство срочности, возникающее в силу упора на немедленность, создает ощущение необычайной важности предмета информации, которое так же быстро рассеивается. Соответственно ослабевает способность разграничивать информацию по степени важности. Быстро чередующиеся сообщения об авиационных катастрофах и наступлении национально-освободительных сил, растратах и забастовках, сильной жаре и т.д. мешают составлению оценок и суждений.

При таком положении вещей умственный процесс сортирования, который в обычных условиях способствует осмыслению информации, не в состоянии выполнять эту функцию. Мозг превращается в решето, в которое ежечасно вываливается ворох иногда важных, но в основном пустых информационных сооб-

щений. Содержание и форма средств массовой информации – мифы и средства их передачи – полностью опираются на манипуляцию. При успешном применении, а это, несомненно, так и есть, они неизбежно приводят к пассивности индивида, к состоянию инертности, которое предотвращает действие. Именно такого состояния индивида и стремятся добиться средства массовой информации и вся система в целом, так как пассивность гарантирует сохранение статус-кво. В условиях развитой рыночной экономики пассивность имеет как физическое, так и интеллектуальное измерение, и оба они искусно эксплуатируются аппаратом манипулирования сознанием.

Литература

1. *Барт Р.* Избранные работы: Семиотика. Поэтика. – М., 1994.
2. *Гуревич П.С.* Социальная мифология. – М., 1983.
3. *Кара-Мурза С.Г.* Манипуляция сознанием. – М., 2000.
4. *Лебон Г.* Психология народов и масс. – М., 2003.
5. *Ортега-и-Гассет Х.* Восстание масс. – М., 2006.
6. *Самохвалова В.И.* Мифы для массового человека //Полигнозис. 2001. №1.
7. *Шестов Н.И.* Политический миф теперь и прежде. – М., 2005.
8. *Шиллер Г.* Манипуляторы сознанием. – М., 1980.
9. *Лацис О.Р.* Современное мифотворчество: технология и социальная база. – http://www.gorby.ru/rubrs.asp?rubr_id=483&art_id=24247.
10. *Топорков А.Л.* Мифы и мифология XX в.: традиции и современное восприятие. – <http://www.edu-zone.net/show/151671>.