

МЕТОДЫ ЗАЩИТЫ ОТ МАНИПУЛЯТИВНЫХ ВОЗДЕЙСТВИЙ

Мазаник Максим Николаевич, доцент кафедры социальной коммуникации БГУ, канд. социол. наук, доцент.

Ключевые слова: манипуляция, «жизненный мир», социальная система, антиманипулятивная культура мышления.

Рассматриваются роль, формы и основные особенности манипуляций в обществах современного типа, взаимодействие манипуляций на уровнях повседневности и массовой коммуникации. Дается обзор методов противодействия манипуляции.

Maksim Mazanik, Associated Professor, Department of Social Communication, Belarusian State University.

Keywords: manipulation, 'life-world', social system, the culture of thinking contrmanipulative.

Considers the role and main characteristics of manipulation in modern societies, the interaction of manipulations at the level of everyday life and the media. Provides an overview of methods of counteraction to manipulations.

Проблематика манипуляции и манипулятивных воздействий на личность постепенно приобретает специфические формы. Актуальность темы со времен античности значительно видоизменилась. С формированием контуров информационного общества манипулятивные воздействия можно считать уже не фактором, но основой социального мира. Те тенденции, которые были отмечены с середины XX в. представителями критических теорий, переросли в настоящее время в устойчивое составляющее социально-экономической жизни. «Культурная индустрия» с ее акцентом на массовость и прибыльность создает условия для превращения информационных потоков в область, используя терминологию Кастельса, «реальной виртуальности». Такая «реальность» уже не может считаться социально сконструированной, поскольку обретает свое собственное, во многом независимое от социального, существование. Достаточно упомянуть такое явление, как виртуальные «социальные сети», приобретшие в настоящее время характер эпидемии. Далее мы остановимся на том, почему их также следует отнести к сфере манипуляции; здесь же зафиксируем, что принудительный характер общения в них указывает на существование исходных предпосылок к принятию «правил игры» в коммуникативной сфере межличностного общения, не заданных объективными условиями.

Если попытаться объединить определения термина «манипуляция», усилиями ряда авторов ставшего расхожим и воспринимаемого неоднозначно, общими моментами можно назвать следующие:

- манипулирование имеет скрытый, неявный характер;
- результаты манипуляции негативны для манипулируемого, вплоть до фактической реализации структурного насилия (создания условий, разрушительных для личности);
- манипуляция осуществляется (не всегда сознательно) в односторонних интересах манипулятора.

Таким образом, манипуляцию (относительно условно) возможно отделять от убеждения, влияния, воздействия. Сам факт манипуляции предполагает лишение манипулируемого возможности выбора.

Разделяя манипуляции в сфере повседневности и «социальности», необходимо упомянуть идею Ю. Хабермаса о происходящей в современных обществах «колонизации жизненного мира системой». Хабермас указывает на то, что подмена личностного содержания взаимодействия инструментальным чревата разрушительными последствиями. Отсутствие возможности «коммуникативного действия», направленного не на прагматический результат, а на достижение взаимопонимания, снимает возможность выхода за рамки сформированных системными императивами образцов действия. Псевдоформы коммуникативного действия, такие как виртуальные «социальные сети» и симуляция «электронных демократий», явным образом свидетельствуют о глубине воздействия манипулятивных технологий в массовое сознание. Очевидные негативные эффекты использования отчужденных моделей вовлечения личности в социальный мир достаточно подробно изучены в рамках исследований рекламы и пропаганды.

В то же время следует еще раз остановиться на неизбежности использования манипуляции в современных обществах. Манипуляции в информационном обществе неизбежны (название книги Э. Аронсона и Э. Пратканиса «Эпоха пропаганды» напрямую указывает на это). Формы подобных воздействий многообразны. Наиболее очевидное из них – реклама – пример «колонизации жизненного мира системой», воздействующего на потребительское поведение. Методы влияния на индивидуальное и массовое сознание не могут быть однозначно оценены как негативное явление. В то же время наличие рационального отношения к ним, способности их распознавать и при необходимости противодействовать является значимым фактором адекватного восприятия социального мира. Антиманипулятивные меры предполагают наличие рефлексии по поводу получаемой информации и осознание «социальных фильтров» (Э. Фромм), формирующих стереотипные модели восприятия. Согласно Фромму, к таким фильтрам относятся языковые структуры, социальные стереотипы мышления и социальные нормы. Трансформации индивидуального и массового

сознания в результате манипуляции можно, так или иначе, соотнести с формированием, воспроизводством и использованием социальных фильтров.

Так или иначе, можно сделать вывод о том, что манипулятивные эффекты возникают как результат использования существующей у индивида «оптики» восприятия информации. В данном случае можно говорить о том, что все элементы коммуникационного процесса могут в той или иной степени оказывать влияние на ход манипулятивного воздействия. С одной стороны, чем более воздействие адаптировано к существующему набору социальных фильтров получателя, тем более вероятна его успешность. В то же время влияют и другие элементы процесса: отправитель, канал, шумы, обратная связь.

Исходя из этого и обращаясь к многообразию форм манипуляции, условно разделим их на эмоциональные и информационные. Условность разделения связана с тем, что одно и то же манипулятивное сообщение может включать в себя оба аспекта. Разделение может быть обосновано преимущественным акцентом либо на вовлечение потенциально манипулируемого значимостью транслируемой информации, либо же через модификацию информационного потока. Противоположность манипуляции означает «выравнивание» создаваемого таким образом фона восприятия и формирование «вынесенного за скобки» смоделированного манипулятором побочного эффекта сообщенной информации. В данном случае под побочным эффектом понимается смещение восприятия и поведения получателя в направлении, предполагаемом манипулятором.

Активное включение механизмов распознавания и противодействия манипуляции в межличностном общении и со стороны средств массовой информации имеет определенные различия, связанные со спецификой этих форм коммуникации. Если на уровне повседневности манипуляции чаще связаны с воздействием на эмоциональную сферу, то манипуляции со стороны СМИ активно используют модифицирование информационного потока. Однако следует отметить, что специфика современных обществ в значительной степени привела к сближению этих информационных областей. Это связано со следующими факторами. Прежде всего, включенность личности в процессы коммуникации в настоящее время тотальна (практически невозможным является выход из информационного поля). Такое вовлечение индивидуального субъекта в процессы информационного обмена неизбежно формирует специфические формы мышления и восприятия. Человек не только подвергается информационным воздействиям, но и приносит их производные в межличностное общение. Таким образом, сферы «публичной» и межличностной коммуникации (и манипуляции) тесно переплетаются. Фактически можно говорить о формировании нового

типа личности, соответствующего обществу тотальной коммуникации. Для современного общества характерна «точечность мышления», не отслеживающего причинно-следственные связи, а оперирующего категориями «реального времени». Трансформации повседневности приводят к подверженности воздействиям, неотрефлексированным в стратегическом ключе.

Обращаясь к манипулятивным воздействиям уже непосредственно со стороны средств массовой информации, отметим как их родство с манипулятивными приемами «вообще», так и существенное своеобразие. Для реализации эмоциональных и информационных условий манипуляции СМИ располагают широким арсеналом средств, формирующих восприятие. К таким средствам относятся визуальный и аудиальный ряд, выбор времени и контекста подачи информации, частота повтора (в случае рекламы) и т. д.

Общими условиями успешного противодействия манипуляции можно назвать следующие:

- 1) формирование критической модели восприятия реальности;
- 2) блокирование потенциально манипулятивных каналов коммуникации.

Будучи в целом очевидными, эти условия нуждаются в определенном разъяснении. Указанное выше состояние современного человека, неизбежно включенного во множественные коммуникативные отношения, значительно проблематизирует их реализацию. Информационная перегруженность (не только в плане потребления информации, но и непосредственного участия в коммуникативной деятельности через современные электронные средства) создает предпосылки для размывания личностной определенности, дестабилизации социальной самоидентификации, неустойчивости картины мира. Адекватное противодействие манипуляциям значительно затрудняется. Так, эффекты привыкания к стереотипной информации, даже при осознании ее манипулятивности, сводят на нет критичность восприятия.

Что касается блокирования нежелательных воздействий, оно легче выполнимо, однако необходимо отметить, что вторжение манипуляций через СМИ в настоящее время практически неизбежно.

Формирование антиманипулятивной культуры мышления должно опираться, прежде всего, на способы распознавания манипуляции. Выделить модели манипуляции (в данном случае – общие для «жизненного мира» и системного уровня) можно на основе приведенных выше критериев эмоционального и информационного воздействия. Средства массовой информации активно используют и те, и другие.

К основным признакам эмоционального манипулирования со стороны СМИ можно отнести следующие:

- апелляция к базовым физическим потребностям (таким как в еде, питье);
- нагнетание нервной атмосферы (например, в новостных передачах – сообщения о катастрофах);
- апелляция к социальным потребностям (отсылка к референтным группам, лесть);
- провоцирование чувства вины;
- ссылка на авторитет (показательна отсылка к авторитетам не в той области, которой касается сообщение).

К основным формам модифицирования информации могут быть отнесены:

- «размывание» значимой информации (подача в блоке с незначимой);
- использование неконкретной терминологии;
- провокационность;
- избирательность (заострение либо сглаживание подачи);
- «порционность» (неполная либо недостоверная информация);
- изоляция альтернативных трактовок информации.

Разумеется, приведенные формы не исчерпывают всего диапазона признаков манипуляции со стороны СМИ, однако представляются наиболее показательными. Однако само распознавание манипуляции еще не гарантирует отсутствия воздействия с ее стороны. Достаточно длительное накопление «критической информационной массы», так или иначе, оказывает эффект.

Неизбежность при обращении реципиента к СМИ получения им манипулятивных посланий, тем не менее, не означает неизбежность тотального влияния их на личность. Факторы, снижающие воздействие манипуляций, могут быть использованы для противодействия нежелательным, потенциально негативным для реципиента (индивидуального или коллективного) последствиям.

Обращаясь к методам противодействия манипулятивному ресурсу СМИ, можно выделить следующие.

1. «Психологическая прививка», формируемая через предшествовавшее критическое восприятие аналогичной, но менее интенсивной манипуляции. В этом плане показательна существовавшая в СССР практика «чтения между строк»: восприятие и интерпретация транслируемой официальными СМИ информации с точки зрения ее априорной недостоверности.

2. «Информационный карантин» (периодический отказ от обращения к СМИ) для повышения способности к критическому восприятию сообщений.

3. «Креативное восприятие» (своего рода игровое осмысление получаемой информации, такое как интерпретация ее с противоположной точки зрения, доведение до крайности предлагаемых тезисов, транслирование предлагаемой интерпретации на аналогичные ситуации).

4. «Уход в безэмоциональность» (мысленное отделение рационального содержания сообщения от его оценок).

5. Метод формирования критических способностей Х. Ранка. Данная методика, помимо рекомендации иметь общую критическую установку к информации, предлагает оценивать ее по шкале преувеличения / преуменьшения собственных и чужих достоинств и недостатков, фиксируя частоту их повторения. Это позволяет увидеть, насколько часто в сообщении присутствуют признаки манипулятивности и тем самым повысить критичность восприятия и устойчивость к воздействию.

Эти и подобные им техники, достаточно подробно описанные в литературе, позволяют избегать не критичности, механичности в восприятии текстов СМИ. Однако успешность их применения напрямую зависит от наличия у реципиента установки на самостоятельное критическое мышление. Описанный Г. Маркузе типаж «одномерного» мышления, мутировавший в информационную эпоху, в том числе и в патологические формы интернет-зависимости, демонстрирует подверженность массового и индивидуального сознания воздействию со стороны информационных потоков. При этом можно утверждать, что манипуляция со стороны СМИ становится все более интенсивной и целенаправленной. Приемы манипуляции в рамках рекламы, пропаганды, формирования общественного мнения постоянно совершенствуются. Пассивность, не критичность в восприятии сообщений уже не просто используются, но целенаправленно конструируются, внедряясь в структуры социального бессознательного. Средства, используемые для формирования соответствующей конфигурации «социальных фильтров» и дискурсивных практик в пределе формируют мозаичное, раздробленное и аморфное восприятие реальности. Успешное применение перечисленных форм противодействия манипуляции со стороны СМИ предполагает наличие исходной мотивации (как на индивидуальном, так и на общесоциальном уровнях). Формирование такой мотивации означает целенаправленное обучение активному восприятию информации, распознаванию ее структурных и содержательных характеристик, способности к адекватной оценке источников и каналов формирования.