

МАНИПУЛИРОВАНИЕ МАССОВОЙ АУДИТОРИЕЙ В ПРОЦЕССЕ ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ПРОТИВОБОРСТВА

С. В. Венидиктов

*Учреждение образования «Могилевский институт
Министерства внутренних дел Республики Беларусь»,
ул. Крупской, 67, 212011, г. Могилев, Республика Беларусь,
tv.lab.mogilev@gmail.com*

Анализируются риски деструктивного воздействия искаженной информации на индивидуальное сознание и социально-политические процессы. Манипулирование массовой аудиторией рассмотрено в качестве информационно-психологического оружия, дана характеристика его применения в политической сфере.

Ключевые слова: манипулирование; массовая аудитория; медиа; информационная война; информационная атака.

MANIPULATION OF THE MASS AUDIENCE IN THE PROCESS OF INFORMATION AND PSYCHOLOGICAL CONFRONTATION

S. V. Venidiktov

*Educational Institution «Mogilev Institute of the Ministry of Internal Affairs
of the Republic of Belarus»,
67, Krupskaya Str., 212011, Mogilev, Republic of Belarus
Corresponding author: S. V. Venidiktov (tv.lab.mogilev@gmail.com)*

The risks of the destructive impact of distorted information on individual consciousness and socio-political processes are analyzed. The manipulation of the mass audience is considered as an information-psychological weapon, the characteristics of its use in the political sphere are given.

Key words: manipulation; mass audience; media; information war; information attack.

Манипулирование в медиа представляет собой «психологическое давление, направленное на управление поведением людей, носящее скрытый ха-

ракти и основанное на полном доверии людей, воспринимающих любую информацию» [1, с. 222]. Подобная «система психологического воздействия, ориентированного на насаждение иллюзорного мировосприятия» [2, с. 141] может применяться в различных сферах, решая общую задачу управления поведением человека. Э. Фромм утверждает, что манипулятивное воздействие массовой коммуникации готовит человеческое сознание к принятию навязанных иллюзий, к замене индивидуального восприятия на ложные стандарты. Г. Энценсбергер, рассуждая о феномене современной «фабрики мышления», представленной совокупностью различных средств массовой коммуникации, ввел в философию культуры понятие «индустрия сознания» [3], которая «ничего не производит, так как транслирует готовые мыслительные продукты, тайно проникая во все, что подлежит тиражированию, распространению. Она способна любую мысль превратить в лозунг, любой факт – в вымысел и наоборот» [цит. по: 4, с. 112]. И хотя существует подход к информационной манипуляции как к гуманной форме политического насилия, в данном случае речь следует вести о психологическом насилии в искусственно созданной ситуации отсутствия выбора.

Говоря о манипулировании, мы имеем в виду наличие преднамеренного конструирования нужной коммуникатору информационной реальности. Возможные ситуации изменения информации вследствие недостаточного профессионализма, эффекта непреднамеренного искажения, искреннего заблуждения и т. д. в данном случае не являются предметом исследования. Риски деструктивного воздействия искаженной информации на индивидуальное сознание и социально-политические процессы настолько велики, что позволяют назвать манипулирование медийным потоком информационно-психологическим оружием нового поколения: «Если ранее <...> операции по изменению общественного мнения проводились в ходе мировых войн, то теперь они, похоже, ведутся безостановочно как гибридные войны, где фейковым новостям, ложным повесткам или псевдосоциологическим опросам уготована роль главных орудий» [5, с. 251].

В современном мире информационная агрессия всегда предшествует открытому военному противостоянию, иногда – полностью заменяет его, причиняя не меньший экономический, политический и репутационный ущерб противнику. Базовый метод при этом включает в себя формирование в общественном сознании представления о неизбежности конфликта и демонизацию образа врага, т. е. «намеренное создание негативного, а еще более желательно – отталкивающего образа оппонента, в результате чего последний выступает во всех своих проявлениях как абсолютное зло» [6]. Предельной целью

информационно-психологической войны является «коммуникативное убийство» [7], т. е. полная дискредитация объекта насилия в массовом сознании, исключение его из публичного дискурса в привычном виде.

В качестве элемента информационной войны может быть рассмотрена информационная атака, под которой понимается «спланированное, целенаправленное, массированное информационное воздействие на адресата (как вербальное, так и невербальное – *С. В.*), результатом которого является формирование запрограммированного общественного мнения <...> и поведения» [8, с. 106]. Оправданно выделение двух типов подобной агрессии: прямой (непосредственное воздействие на информационное поле противника – например, трансляция телевизионных программ на чужой территории) и косвенной (продуцирование искаженной информации, которая воспринимается противником в качестве истинной – например, дезинформирование через распространение псевдонаучных данных и ложных экспертных заключений).

В политической сфере манипулирование информационными потоками обеспечивает возможность выгодной интерпретации реальности, желаемой трактовки исторических фактов, поддержания репутации государства (либо подрыва авторитета государства-противника). В условиях геополитического противоборства получение преимущества над конкурентом включает в себя «вопросы формирования негативного образа жертвы в мировых СМИ; блокирование любой информации, несущей военные, репутационные и иные риски агрессору; возможность максимально быстро передавать актуальную информацию внутри структур, в том числе военной составляющей, задействованных в операции» [9, с. 6]. Р. И. Зарипов утверждает, что политическое воздействие в этом случае нацелено на сферу общественного сознания, которая, в свою очередь, отражается на уровне индивидуального сознания: индивид оказывается в ситуации вынужденного существования в пространстве «информационных фантомов», фейков, псевдоновостей и других коммуникативных феноменов, которые способны изменить функционирование целых сообществ [10].

Особенно опасными являются технологии, оказывающие воздействие на сферу бессознательного, когда аудитория медиа имеет дело с семантически корректной информацией, которая, тем не менее, формирует желательные для манипулятора социальные установки, вносит коррективы в существующее общественное мнение. Например, такие технологии проявляются в акцентуации внимания на негативных новостях экономического, криминального, эпидемиологического характера, сведениях о катаклизмах природного и техногенного характера, психологически травмирующих аудиторию, вну-

шающих чувство незащищенности, потери привычной стабильности мира. В таком случае утрата индивидами чувства реальности становится основой для формирования подсознательной установки на продуцирование ложной информации и распространение искаженных сведений: тем самым человек ощущает возможность влиять на информационную картину действительности, подтверждать свое мнение о ней как о нестабильной системе.

Изменение модели взаимодействия медиа с аудиторий, а также трансформация всей парадигмы массово-информационной деятельности приводит как к расширению направлений использования «традиционных» манипулятивных технологий, так и к возникновению новых, обусловленных спецификой цифровой реальности. Среди предпосылок этого необходимо отметить повышение уровня фрагментированности информации, значительно возросшую визуализацию новостных сообщений, утверждение клипового типа восприятия медиаконтента, снижение аналитической составляющей в дискурсе СМИ. «Общество спектакля» в современной цифровой среде окончательно утверждается как новая субъективная реальность, подверженная многократному переформатированию в зависимости от политических интересов манипулятора.

Закономерный вопрос «нужно ли противостоять манипулированию на уровне массового и индивидуального потребления медийного продукта?» в этой связи не имеет однозначного ответа. Скорее, пластичность, неустойчивость, дискретность информационного пространства следует принять как данность, а его подверженность искажениям – как объективную характеристику, во многом обусловленную типом взаимодействия аудитории медиа с самими медиаресурсами [12]. Повышение индивидуального уровня осознанности в потреблении медиапродукта способно частично нейтрализовать манипуляции, но не способно уберечь информационное пространство от искажения медиареальности как сущностной характеристики «постправдивого» социума.

Библиографические ссылки

1. *Кихтан В. В.* Исследование процессов манипулирования массовым сознанием в современных средствах массовой информации // Вестник Волжского университета. 2018. № 2. Т. 2. С. 221–227.
2. *Черникова В. Е.* Манипуляция массовым сознанием как феномен информационного общества // Теория и практика общественного развития. 2015. № 3. С. 141–144.
3. *Энценбергер Г. М.* Индустрия сознания. М.: Ад Маргинем Пресс, 2016. 96 с.

4. *Дубравина А. М.* Манипулятивные технологии как способ формирования социальных иллюзий // Труды БГТУ. Сер. 6. 2018. № 1. С. 110–114.
5. *Ершов Ю. М.* Феномен фейка в контексте коммуникационных практик // Вестник Томского государственного университета. Сер. Филология. 2018. № 52. С. 245–256.
6. *Иванова С. В.* Лингвистическая ресурсная база информационной войны: создание эффекта демонизации // Политическая лингвистика. 2016. № 5 (59). С. 28–37.
7. *Копнина Г. А., Сквородников А. П.* О психологических основаниях лингвистики информационно-психологической войны // Экология языка и коммуникативная практика. 2016. № 2. С. 238–258.
8. *Коцюбинская Л. В.* Информационная атака: понятие и онтологические свойства // Политическая лингвистика. 2017. № 6 (66). С. 106–111.
9. *Кулыгина О.* Тени завтрашнего джихада // Независимое военное обозрение. № 31 (772). 30 августа – 5 сентября 2013. С. 1, 6.
10. *Зарипов Р. И.* Метафорическое манипулятивное воздействие как элемент информационной войны // Вопросы психолингвистики. 2015. № 1 (23). С. 95–106.
11. *Венидиктов С. В.* Медиаобразование как вакцина от инфодемии // Современное состояние медиаобразования в России в контексте мировых тенденций. Матер. II междунар. науч. конф., Таганрог, 15 окт. 2020 г.: сб. статей / под ред. И. В. Чельшевой. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2020. С. 37–41.