

Алексеева Елена Сергеевна

О НЕОБХОДИМОСТИ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В СРЕДНЕЙ И ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

Ключевые слова: *информационная война, средства массовой информации, манипуляция сознанием, массовое сознание, атомизация, медиаобразование.*

В статье рассматривается проблема отсутствия медиаобразования граждан и необходимости внедрения такого курса в школах и вузах в условиях информационной войны, одной из целей которой является воздействие на массовое сознание с целью его подчинения и порабощения в определенных геополитических целях. Автор справедливо ставит вопрос о средствах защиты от манипуляции сознанием, которыми должны обладать граждане, но, поскольку технологией манипуляции сознанием пользуются все без исключения СМИ и политики, возникает вопрос: так ли это выгодно власти – обучать собственных граждан противодействию манипуляции.

Keywords: *information war, media, manipulation with consciousness, mass consciousness, atomization, media education.*

The article deals with the problem of the lack of media education of citizens and the need to introduce such a course in schools and universities in the conditions of the modern information warfare, which goal is the impact on mass consciousness with a view to its submission and enslavement in certain geopolitical goals. The author rightly raises the question of the means of protection against the manipulation with consciousness to be possessed by citizens, but since the technology of manipulation of consciousness is used by all the media and politicians, the question arises: is this profitable for the government to train its own citizens to counteract the manipulation.

Можно всё время дурачить некоторых, можно некоторое время дурачить всех, но нельзя все время дурачить всех.

А. Линкольн

*Люди не могли бы жить в обществе,
если бы не водили друг друга за нос.*

Ларошфуко

Информационные войны стали одной из острейших проблем современности. Иногда они предвосхищают реальные боевые действия, а иногда заменяют их и ведутся для того, чтобы найти поддержку в общественном сознании, получить одобрение масс посредством самых разных приемов: дезинформация, пропаганда, манипуляция сознанием и т. д. Современная власть не принуждает, а увещевает и манипулирует. Убеждает. В этом смысле давно уже пора аббревиатуру СМИ поменять на СМУ – средства массового убеждения. Сегодня нельзя так просто взять и начать бомбардировки, наказать того или иного диктатора, ввести миротворческий контингент – надо сначала подготовить почву, настроить мировое общественное мнение, завоевать доверие собственных граждан. Тогда операция пройдет успешно и при широкой общественной поддержке.

Не вдаваясь в терминологическую неразбериху в вопросе информационных войн (а она, к сожалению, до сих пор присутствует в политическом и политологическом дискурсе) и заранее оговариваясь, что мы имеем в виду идейно-смысловой аспект современной информационной войны, хотелось бы особо обратить внимание на то, что это прежде всего война с сознанием людей, имеющая в своей основе целый арсенал методов для его подчинения и порабощения в определенных геополитических целях. В связи с этим полагаем, что решение проблемы отсутствия в средней школе и вузах какой бы то ни было образовательной программы, направленной на повышение уровня медиаобразования, противодействие манипуляции сознанием, приобретает сегодня первостепенное значение. Если население в большинстве своем малообразованно и не способно распознавать манипуляции, им легко управлять. В свое время Бисмарк заметил, что войну выигрывает простой школьный учитель. «Дети, подростки и молодые люди ежедневно проводят много часов за уроками и учебниками – единственными кни-

гами, обязательными к чтению в нашей культуре. Это означает, что не существует института и дискурса, сравнимого по своей массовости с институтом и дискурсом школы», полагает современный исследователь Тён ван Дейк [3, с. 143].

Социологи определяют манипуляцию как технологию власти, при которой обладающий ею влияет на поведение других, не раскрывая характер поведения, которого он от них ожидает. Цель любого манипулятора – подчинение своей воле другого человека или группы людей. Психологическая сущность манипуляции – в эксплуатации человеческих эмоций.

Для манипуляции требуется фальшивая действительность, в которой ее присутствие не будет ощущаться. Во многом эту фальшивую действительность создают средства массовой информации, ретранслирующие различные авторитетные мнения, которые усваиваются людьми, а затем воспринимаются ими как собственные выводы. И даже более того, манипуляция не только незаметно убеждает в чем-то объекты манипуляции и побуждает к неким действиям, но и заставляет хотеть это делать.

Технологиям манипуляции посвящены работы известных зарубежных исследователей Э. Арансона, Э. Пратиканиса, У. Липпмана, М. Маклюэна, Т. ван Дейка, Г. Меттана, а также российских ученых С.А. Зелинского, Е.Л. Доценко, А. Цуладзе, С.Г. Кара-Мурзы и других. Однако известно, что еще Платон изучал это свойство человеческой природы – предпочитать яркому свету истины и богатству реального мира фантастический мир теней. И сегодня как никогда платоновская аллегория о пещерных людях и шарлатанах, разыгрывающих перед ними театр теней на стенах пещеры, сбывается с потрясающей точностью.

Полагаем, что для того, чтобы не проиграть современную информационную войну, российским органам управления образованием необходимо в срочном порядке ввести такой предмет в средней и высшей школе – «Краткий курс медиаобразования», или «Основы противодействия манипуляции сознанием» (варианты названий могут быть разные).

Что могло бы стать предметом исследования такого курса?

Технологии манипуляции сознанием и методы противодействия ей, а также приемы и методы современной информационной войны, наблюдаемые нами ежедневно с экранов телевизоров, со страниц газет, в Интернете и т. д.

Цель спецкурса – формирование у слушателей навыков определения основных составляющих манипулятивного воздействия, коими являются целенаправленное преобразование информации (ее искажение), сокрытие воздействия, средства принуждения и мишени воздействия.

Обучившийся основам медиаобразования будет иметь представление о том, что информацию можно:

- сфабриковать;
- исказить;
- отредактировать;
- интерпретировать;
- утаить;
- избирательно относиться к фактам;
- сопроводить заголовком, не соответствующим содержанию;
- приписать кому-либо заявления, которых он никогда не делал;
- придержать правду, опубликовать ее тогда, когда она уже потеряла свою актуальность;
- неточно процитировать [19, с. 76–77].

Также овладевший специальными знаниями и навыками будет представлять возможности информационно-силового обеспечения манипулятивного воздействия, а ими могут быть:

- 1) Психологическое давление;
- 2) Информационное оформление:
 - универсальные высказывания («Вот все вы, либералы, такие!»);

- неявное указание якобы общепризнанной нормы («Вы даже документа не читали, а рассуждаете!»);
- неопределенный референтный индекс («Есть мнение, говорят, что...»);
- умножение действий, ситуаций («Ходят тут всякие!»);
- коммуникативный саботаж («А вам-то что?»);
- замещение субъекта действия («История нам этого не простит!»);
- ложная аналогия;
- тематическое переключение [4, с. 118] и другие.

Кроме того, обучившийся научится различать на всех уровнях дискурса СМИ и политиков примеры, демонстрирующие:

- положительную саморепрезентацию и отрицательную репрезентацию оппонентов;
- избирательность лексики, синтаксиса и прочие языковые уловки;
- риторические средства;
- экспрессивные средства;
- идеологическую поляризацию;
- дискредитацию оппонентов;
- «язык чисел» (который, по Мишелю Фуко, совершенно необходим для господства посредством идеологии);
- стереотипизацию как навязывание готовых штампов мышления или программ поведения (еще Ф. Ницше писал о том, что жизнь чудовищно ускорилась, человеку – современному Ницше, а нынешнему и подавно – недостает времени для спокойного процесса мышления, и люди приучаются к неполному или ложному созерцанию и суждению. «Каждый человек подобен путешественнику, изучающему страну и народ из окна железнодорожного вагона» [6, с. 161]);
- гипостазирование (под которым будем понимать склонность к приписыванию реального содержания выстроенным в уме концепциям);
- придание эмоциональной окраски аргументам;

– высмеивание;

– устрашение (это покажется каким-то дежавю, но еще в 1948 году Эйнштейн удивлялся современному ему дискурсу СМИ: «Нет абсолютно никакой вероятности того, что какая-либо страна в обозримом будущем нападет на Соединенные Штаты, и меньше всего Советский Союз, разрушенный, обнищавший и политический изолированный». И он же в 1951 году повторил: «Нынешняя политика Соединенных Штатов создает гораздо более серьезные препятствия для всеобщего мира, чем политика России. Сегодня идет война в Корее, а не на Аляске. Россия подвержена гораздо большей опасности, чем Соединенные Штаты, и все это знают. Мне трудно понять, как еще имеются люди, которые верят в басню, будто нам угрожает опасность. Я это могу объяснить лишь отсутствием политического опыта. Вся политика правительства направлена на превентивную войну, и в то же время стараются представить Советский Союз как агрессивную державу» [6, с. 194]);

– выбор в пользу одних источников информации и игнорирование других;

– особую манеру подачи информации, например сенсационность (которая выполняет функцию поддержания необходимого уровня нервозности, ощущения перманентного кризиса, что повышает степень внушаемости объектов манипуляции и снижает способность к критическому восприятию. Вот эта псевдосенсационная подача материала, причем безо всякой меры, – по несколько сенсаций, выраженных интонационно в одном предложении, – присуща некоторым журналистам, в частности уважаемой О. Скабеевой. Рекомендовали бы талантливому корреспонденту и обозревателю снизить градус напряженности в подаче информации, в противном случае транслируемая информация может привести к обратному эффекту);

– особый порядок формирования информационного выпуска (мозаичность, калейдоскопичность) и многие другие [3, 226–227].

Справедливости ради отметим, что опытные манипуляторы – политики – и сами иногда становятся жертвами манипуляций (в этих случаях следует обратить

пристальное внимание на ситуацию, в которой берется интервью, трансляции передачи в записи или в прямом эфире, сопровождающие информацию фотографии, цитаты, заголовки и т. д.).

Разумеется, подготовленный слушатель (зритель), столкнувшись с манипуляцией, понимает, с чем имеет дело, и распознает эти приемы без труда (тем не менее всё равно может поддаваться внушению). Однако большинство людей этими специальными знаниями не обладают, вследствие чего и становятся объектами манипуляции.

Такой податливости способствует не только отсутствие специальных знаний и опыта противодействия. Огромное значение в технологии манипуляции имеет определенный социальный или профессиональный статус манипулируемых, который требует от граждан подчинения аргументам и дискурсам вышестоящих субъектов, групп или организаций.

Также выделим в качестве причин критические эмоциональные состояния и психологические травмы (последние, если вдуматься, во многом также возникают под воздействием СМИ). «Идеологизированное телевидение в некоторые моменты вводит зрелище смерти в дом каждой семьи вне всяких норм, в огромных количествах и в самом неприглядном виде. В последнее десятилетие были периоды, когда на телезрителей с утра до вечера обрушивался поток образов смерти – катастрофы, похороны, убийства, морги. И нормальный человек погружался в состояние непрерывного шока» [6, с. 254].

Вышеперечисленные условия являются идеальными для проникновения в сознание человека и его подчинения.

Также о манипуляции необходимо знать следующее. Для того чтобы манипуляция достигла своей цели, не все реципиенты должны обладать идеальными качествами субъектов манипуляции (быть в страхе, в стрессе, скованными определенными социальными обязательствами и не иметь специальных знаний в рассматриваемой сфере) – достаточно чтобы перечисленными качествами обладала

большая часть манипулируемых. Даже если в обществе найдутся люди, обладающие иммунитетом против манипуляции, они безвредны (если только не контролируют центральные СМИ или не имеют решающего голоса в политической элите).

Полагаем, что в нынешних условиях геополитической турбулентности, обусловившей экономическую и яростную информационную войны против России, как можно большему числу людей в нашей стране необходимо разъяснить принципы манипуляции сознанием и противодействия ей.

Правда, есть одно существенное «но».

Очевидно, что сегодня люди сталкиваются с манипулятивным воздействием на их сознание не только со стороны оппозиционных российских и зарубежных СМИ, но и собственных, государственных. Порой доходит до абсурда: современный москвич, например, может не знать, что такое ТиНАО (аббревиатура, обозначающая Троицкий и Новомосковский административный округ столицы), но с легкостью ответит, где находится Идлиб. Это, к сожалению, свидетельство перекоса информационной политики ведущих российских СМИ. Возникает даже ощущение, что нас интенсивно отвлекают от внутренних проблем, сосредотачивая внимание на внешней политике. Таким образом, получается, что на манипуляции сознанием специализируются абсолютно все средства массовой информации. Так что же делать? Или, может быть, ничего не делать? Действительно ли надо вооружать людей средствами защиты от манипуляции? Или пускай себе пребывают в неведении и превращаются в зомби?

Рассматривая проблему противодействия манипуляции сознанием, нам необходимо вспомнить принцип необходимого разнообразия, сформулированный У. Эшби и развиваемый российскими учеными (см.: Шабров О.Ф. Политическое управление: проблема стабильности и развития. М., 1997), исходя из которого степень разнообразия управляющего (субъекта управления) должна быть всегда чуть-чуть выше степени разнообразия управляемого (объекта). Если это условие выполнено, политическая система устойчива.

Однако если всё население вооружить средствами защиты от манипуляции, как же оно будет подчиняться собственной власти? Здесь есть два пути. Самый легкий и весьма соблазнительный путь для власти – способствование деградации населения, тогда и субъектам управления не надо стремиться к совершенству. И если мы посмотрим на сетку передач центральных телеканалов, скажем, в выходные в прайм-тайм, мы вполне можем сделать вывод, что именно этот путь избран: более или менее интеллектуальные шоу спрятаны в ночь, очевидно, чтобы их аудитория на всякий случай была меньше в разы.

В связи с этим приведем цитату А.С. Панарина: «Находящееся в страхе перед большинством правящее меньшинство всеми силами стремится и будет стремиться к политическому, идеологическому и моральному разоружению большинства – превращению его в пассивно-безоружный объект чужой воли» [16, с. 327].

Однако апологетам такого решения в пользу устойчивости политической системы хочется задать вопрос: где гарантия, что таким малообразованным и легкоуправляемым народом не начнут манипулировать извне и не приведет ли это однажды к утрате государственного суверенитета и территориальной целостности? Пора бы уже понять: пребывать в летаргическом состоянии, состоянии дрёмы сегодня опасно. «Способствуя конформизму и минимизируя возможности проявления критических настроений в обществе, коммерческие средства массовой коммуникации опосредованно, но эффективно препятствуют развитию реального критического мировоззрения» [8, с. 76]. В социологии уже появился такой термин – наркотизирующая дисфункция средств массовой коммуникации, иллюстрирующий апатию, фрустрацию, инертность, атомизацию современного общества. А еще раньше Ги Дебор в «Обществе спектакля» показал, как технологии манипуляции сознанием способны разрушить в атомизированном человеке знание, полученное от реального исторического опыта, и заменить его знанием, искусственно сконструированным некими режиссерами. Ценность этой технологии для власти в том, что человек, с утра и до вечера погруженный в

спектакль, утрачивает способность к критическому анализу. (В этом смысле скучное черно-белое советское телевидение не способствовало атомизации личности, поскольку люди «потребляли» его ровно столько, сколько нужно.) Проблема наркотизирующей дисфункции СМИ сегодня всерьез заявила о себе, и не только в нашей стране. И ее надо преодолевать, иначе найдется третья сила, которая воспользуется этой всеобщей апатией и дрёмой в своих корыстных целях.

В связи с изложенным предлагаем выбрать второй, более сложный, более затратный, но эффективный путь реализации принципа необходимого разнообразия – людей нужно образовывать, учить распознавать фальшивую действительность, навязываемую извне. Лучше и удобнее всего это делать в школе – средней и высшей – посредством введения специальных учебных программ. Граждане станут умнее, образованнее, политически грамотнее. Они научатся сопротивляться суггестии, анализировать схемы и способы деятельности отечественных и зарубежных СМИ, Интернета, работать с источниками, запрашивать альтернативную информацию, чтобы составить более или менее объективную картину, начнут, в конце концов, сами себе задавать вопросы («Зачем мне всё это рассказывают?», «Кому это выгодно?»). Кстати, умение задавать вопросы, а еще лучше – диалог – важнейшие средства противодействия манипуляции сознанием. И если при этом власти придется самой совершенствоваться и меняться, так это только на пользу государству.

Список литературы

1. Арансон Э. Эпоха пропаганды: механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление [Текст] / Э. Арансон, Э. Пратканис. – СПб., 2002.
2. Брусницын Н.А. Информационная война и безопасность [Текст] / Н.А. Брусницын. – М.: Вита-Пресс, 2001.
3. Ван Дейк. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации [Текст] / Тён. А. Дейк Ван. – М., 2013.
4. Доценко Е.Л. Психология манипуляции. Феномены, механизмы, защита [Текст] / Е.Л. Доценко. – М., 1996.

5. Зелинский С.А. Манипулирование личностью и массами. Манипулятивные технологии власти при атаке по подсознанию индивида и масс [Текст] / С.А. Зелинский. – СПб., 2008.
6. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием [Текст] / С.Г. Кара-Мурза. – М.: Алгоритм, 2013.
7. Къеза Дж. Русофобия 2.0: болезнь или оружие Запада? [Текст] / Дж. Къеза М., 2016.
8. Социология массовых коммуникаций: Хрестоматия / Сост. А.И. Черных. – М., 2004.
9. Лассуэл, Г. Техника пропаганды в мировой войне [Текст] / Г. Лассуэл. – М.–Л., 1929.
10. Лебон Г. Психология масс [Текст] / Г. Лебон. – М., 2000.
11. Лиддл Гарт Б. Стратегия непрямых действий [Текст] / Б. Лиддл Гарт. – М.: Астрэль, 2012.
12. Липпман У. Общественное мнение [Текст] / У. Липпман. – М., 2004.
13. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека [Текст] / М. Маклюэн. – М., 2003.
14. Меттан Г. Запад – Россия: тысячелетняя война [Текст] / Г. Меттан. – М.: Паулсен, 2016.
15. Московичи С. Век толп: Исторический трактат по психологии масс [Текст] / С. Московичи. – М., 1996.
16. Панарин А.С. Народ без элиты [Текст] / А.С. Панарин. – М.: Эксмо, 2006.
17. Панарин И.Н. Первая мировая информационная война. Развал СССР [Текст] / И.Н. Панарин. – СПб., 2010.
18. Ульфкотте Удо. Продажные журналисты. Любая правда за ваши деньги [Текст] / Удо Ульфкотте. – М.: Эксмо, 2015.
19. Цуладзе А. Политические манипуляции, или Покорение толпы [Текст] / А. Цуладзе. – М., 1999.

20. Цыганов В.В. Информационные войны в бизнесе и политике [Текст] / В.В. Цыганов, С.Н. Бухарин. – М.: Академический проект, 2007.

21. Шабров О.Ф. Политическое управление: проблема стабильности и развития [Текст] / О.Ф. Шабров. – М., 1997.

Алексеева Елена Сергеевна – советник Аппарата Совета Федерации, Россия, Москва.
