

УДК 070.13:654.197 (470)

МАНИПУЛЯЦИЯ СОЗНАНИЕМ В АНАЛИТИЧЕСКИХ ПЕРЕДАЧАХ РОССИЙСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

© 2012 М.В. Выжлаков

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 13 марта 2012 года

Аннотация: Статья посвящена проявлениям манипуляции сознанием в аналитических передачах (общественно-политических ток-шоу) на российском телевидении. Исследование проводилось на основе анализа выпусков передач, выходявших в период 2008-2011 гг. В статье автор выявляет основные черты манипуляции, анализирует роль медиа в целом и телевидения в частности во влиянии на массовую аудиторию, производит классификацию манипулятивных приемов и подкрепляет ее примерами из рассмотренных передач.

Ключевые слова: манипуляция сознанием, методы манипуляции, российское телевидение, аналитические передачи, НТВ, Первый канал, Пятый канал, Россия-1, ТВЦ.

Abstract: This article covers displays of manipulation in political talk shows on Russian television. The research is based on the analysis of the shows which were broadcast since 2008 till 2011. The author identifies the main features of manipulation, analyses the significance of media and particularly television in influencing the audience, classifies the methods of manipulation and corroborates the classification by examples from the shows examined.

Key words: manipulation, methods of manipulation, television in Russia, political talks shows, NTV, Channel One, Channel 5, Russia 1, TV Center.

Определений манипуляции сознанием много, но границы употребления этого термина остаются весьма расплывчатыми, равно как и его оценочная составляющая. Но, так или иначе, в большинстве определений можно выделить общие элементы, которые выражают сущность манипуляции:

- это воздействие на психику, духовную сферу человека;
- воздействие происходит скрыто от объекта;
- отношение к объекту манипуляции — человеку — как к средству;
- цель манипуляции — заставить объект исполнять нужные манипулятору действия. При этом объект полагает, что действует по своей воле.

Что же до сферы употребления, то нас интересует манипуляция сознанием явление, существующее в массовой коммуникации.

Трудно сказать, была ли манипулятивная составляющая присуща СМИ изначально. Но на сегодняшний день очевидно — она есть, — настолько удобны СМИ как инструмент манипуляции. Такие ученые, как О. Бойд-Баррет и М. Пальмер, считают, что массовая «информация ориентирована прежде всего на «культурные и социальные ценности господствующих классов», на то, чтобы «помогать им управлять» массами» [11, 155].

Особое внимание стоит обратить на пост-модернистскую критику СМИ. Так, Ж. Бодрийяр считает, что «характерной чертой масс-медиа является то, что они предстают в качестве анти-проводника, что они нетранзитивны, что они антикоммуникативны... они вовсе не обладают психологической и моральной ответственностью» [2]. На этом фоне неудивительно название одной из его работ — «Реквием по масс-медиа», где Бодрийяр в частности доказывает, что СМИ всегда контролируются властью. Медиа поставляют аудитории своеобразный «идеологический фаст-фуд» [4, 182], в основе которого не новые развивающиеся социальные теории, а постмодернистский интертекст. В то же время П. Бурдьё объясняет искажения информации в сообщениях прежде всего не конкретными манипулятивными актами, а самим способом показа действительности в СМИ, определяя его словосочетанием «скрывать, показывая». «Телевидение склонно к драматизации в двойном смысле этого слова: оно выводит на сцену, изображает то или иное событие и преувеличивает его значение» [3, 32]. Другими словами, СМИ часто отбирают именно экстраординарные факты, которые искажают картину действительности.

Особое значение в рамках медийной манипуляции имеет телевидение, которое, будучи специфическим каналом коммуникации, упро-

щает, облегчает воздействие. М. Маклюэн делит все СМИ на «горячие» и «холодные», относя телевидение к последним. Это, по его мнению, определяет «высокий уровень участия зрителей в процессе подачи информации» [10]. По Маклюэну, телевидение вовлекает зрителя в «себя», как бы успокаивает его и полностью поглощает. М. Маклюэн также акцентирует внимание на «нечеткости» телевидения: низкой интенсивности, низком разрешении, невозможности передачи детальной информации и проч. Еще одно свойство телевидения – его мозаичность. Сама структура телепрограммы представляет собой мозаику из разнородных передач. А само телевизионное изображение состоит из множества точек, но зритель одновременно воспринимает лишь незначительную часть из них.

С. Кара-Мурза [7] выделяет преимущества телевидения при манипуляции сознанием: например, особый убаюкивающий эффект, обеспечивающий пассивность восприятия. Информация поступает сразу по нескольким каналам, что затрудняет критическое мышление зрителя.

С. Зелинский отмечает огромную роль телевидения в воздействии на подсознание индивида и масс: «в психике индивида формируются паттерны поведения... которые приводят к отражению заложенных в подсознании данных в последующих поступках индивида» [6]. Любая информация, которая поступила в зону восприятия индивидом, всегда откладывается в подсознании, а после воздействует на сознание.

Стоит также отметить, что «восприятие физических свойств реальности на телеэкране обычно уходит из-под сознательного контроля, подталкивая представление зрителя к мифологической стереотипизации» [9]. Ситуация на экране кажется реальной, у зрителя возникает ощущение, что он находится в одном пространстве и времени с другими людьми.

Информационно-аналитические передачи на российском телевидении являются удобной площадкой для манипуляции и изобилуют примерами ее применения. Однако прежде, чем мы убедимся в этом, стоит коснуться вопроса классификации методов манипуляции.

При рассмотрении ряда таких классификаций мы пришли к выводу, что одни из них являются слишком теоретизированными, плохо применимыми на практике (например, концепция Е. Доценко [5], основанная на выделении психологических механизмов), а другие же представляют собой неструктурированный перечень конкретных методов (в работах С. Кара-Мурзы [7], В. Сапунова [11], А. Швидуновой [12]). Немного более проработанной является концепция С. Смирнова, но он лишь выделяет подвиды

методов из такого же перечня, при этом допуская, на наш взгляд, излишнее, немотивированное дробление. Мы учли и замечания П. Бурдые [3] по поводу некоторых манипулятивных уловок в аналитических ток-шоу.

В итоге мы сделали попытку разработать собственную классификацию. Базовым для нас стало понятие сообщения, под которым мы понимаем совокупность вербальной и невербальной информации о конкретном факте, необходимую для того, чтобы сделать выводы, адекватные действительности. Содержание сообщения – это то, что можно передать набором суждений. Это также его структура. Форма более иррациональна, она не затрагивает набор суждений, но может повлиять на адекватность выводов, сделанных из них. Например, сообщение не равно только тексту новостного репортажа. Текст – лишь содержание сообщения. Видеоряд – частично содержание, частично форма; в сочетании с текстом он может давать различные суггестивные и т.п. эффекты.

В итоге мы пришли к следующей классификации:

1. Манипуляции с содержанием сообщения:

1.1. Методы нарушения истинности набора суждений: а) ложь, фабрикация фактов; б) полуправда, подстраховка ложных сообщений правдивыми.

1.2. Методы манипулирования смыслами: а) изменение смысла ключевых понятий, превращение понятий в «пустышки»; б) суггестивный подбор слов и конструкций, ведущий к нужным манипулятору выводам, содержащий в себе оценку; в) интерпретация в выгодном для манипулятора свете.

1.3. Методы фильтрации информации: а) полное утаивание. Подвид – игнорирование, уход от ответа; б) отбор фактов.

1.4. Манипулирование контекстами: а) вырывание из контекста; б) привязка к другим контекстам, «упаковка»; в) перевод ситуации в комический контекст, осмеяние.

1.5. Манипулирование соотношением блоков информации – одно из сообщений «забывается» потоком других сообщений, либо, наоборот, «доминирует» над ними.

2. Манипуляции с формой сообщения:

2.1. Методы-«катализаторы» (активизация психики человека с целью привлечения или отвлечения внимания, вызова доверия или сопереживания, отключения логики, разрушения психологической защиты): а) сенсационность; б) срочность; в) создание образов; г) недосказанность, вызов чувства ожидания; д) отвлечение развлекательной информацией; е) нагнетание эмоций. Подвид – эмоциональность манипулятора; ж) шокирование, агрессивная подача;

з) композиционные методы — например, ракурс камеры, освещение, громкость звука, сопровождающая музыка и т.п.

2.2. Методы-«ингибиторы» (подавление, замедление, успокоение человеческой психики, подталкивание человека к тому, чтобы не разбираться в информации и принять ее на веру, запутывание): а) дробление на мелкие фрагменты; б) упрощение, «лозунговость»; в) утверждение — безапелляционное, впечатляющее, агрессивное высказывание, приказ; г) повторение — сходно с прямым внушением; д) апелляция к авторитету (личности, науки, цифр, терминологии и т.п.); е) манипулирование умозаключениями. Манипулятор произносит **ложное** умозаключение полностью, с посылками и выводом, что оказывает на объект гипнотический эффект; ж) эксплуатация стереотипов. Подвид — навешивание ярлыков; з) создание ассоциаций, призванных через одно понятие «оценить» (очернить, превознести, приписать к какой-либо группе) другое.

Предметом нашего анализа стали отдельные выпуски информационно-аналитических передач, как то: «Вести недели» (Россия-1), «Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым» (НТВ), «Времена» (Первый канал), «К барьеру» (НТВ), «Поединок» (Россия-1), «Познер» (Первый канал), «Постскрипtum» (ТВ Центр), «Свобода мысли» (Пятый канал), «Судите сами» (Первый канал), «Честный понедельник» (НТВ) — выходявшие в эфир в 2008–2010 гг. Далее мы приведем наиболее яркие, на наш взгляд, примеры манипуляции в данных передачах.

«Вести недели», 16.03.2008. Пример **композиционной обработки**: «Загадка для Зюганова», — говорит ведущий, и тут же камера показывает весьма глупое выражение лица главы КПРФ. В сочетании с «загадкой», а также в контексте (встреча глав думских фракций с В. Путиным и Д. Медведевым), все это в конечном счете приобретает ярко выраженную суггестивность: Путин или Медведев задали загадку Зюганову, а он встал в тупик с недоумением на лице.

«Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым», 23.03.2008. Пример **создания образа**: образ российских либералов, которые всякий раз бегут к американцам и молят их о прощении. Кроме того, дискредитация слова «либерал», то есть **изменение смысла понятия**. Изначально это слово не содержало в себе никакой негативной оценки.

«Времена», 01.03.2008. Примечательный диалог: «Почему Германия и Япония не имеют права вето (в Совбезе ООН — М.В.)?» — «За военные преступления» — «У нас не уголовный кодекс! Мы говорим, как управлять миром! Пять стран взяли на себя право управлять миром, а вы теперь ругаете одну! (США, передача посвящена признанию

независимости Косово — М.В.)». Здесь целый набор методов: **утверждение, эмоциональность, полуправда** (а возможно, и **ложь**: утверждение о пяти странах, взявших на себя право), **манипуляции с контекстами** (например, уголовный кодекс не связан с международными отношениями).

«К барьеру», 02.04.2009. **Создание ассоциаций**: «Убили Пушкина, Лермонтова, поднялся Бондарчук, был лидером — его убили ваши же коллеги» — в этот ряд попадает и Н. Михалков, которого Н. Бурляев защищает от обвинений в узурпации власти в Союзе кинематографистов. Здесь есть и **упаковка в другой контекст** — травли русского художника.

«Поединок», 02.12.10. **Ложь**: М. Барщевский: «Есть два способа борьбы с коррупцией. Первый способ — популистский: казнить, руки отрезать и т.д. В Китае коррупционеров расстреливают на площадях, а уровень коррупции растёт и растёт». Если судить по данным Transparency International, к которым апеллируют в самой программе, то тенденции к росту коррупции в Китае нет, есть колебания вокруг примерно одной точки (например, средний коэффициент за 2001–2005 гг. составил 3,4 (высший балл — 10), а за 2006–2010 гг. — 3,5), и этот показатель заметно лучше российского [1]. Здесь есть и **суггестия** на то, что китайские меры — демонстративные.

«Познер», 19.04.2010. **Создание и эксплуатация стереотипов**: в ходе передачи так или иначе поднимается стереотип о плохом и нежизнеспособном СССР. Например, В. Познер постоянно поддакивает, когда Г. Явлинский говорит, что надо было менять политическую, экономическую систему и т.п. При общей скупой реакции Познера это поддакивание заметно. А когда Явлинский говорит, что он не придавал большого значения членству в партии, Познер одобряет: «Понимаю».

Отвлечение развлекательной информацией: в каждой передаче «Постскрипtum» рассматриваемого периода содержится 3–4 сюжета развлекательной (а подчас и откровенно «жёлтой») тематики.

«Свобода мысли», 21.04.2010. **Нагнетание эмоций, вызов страха**: «Население Советского Союза — 4 % населения земного шара, а территория, которой мы владеем — 22 % земного шара. Природные ресурсы, которые Европа получает от нас, что Америка. Кто нам даст жить на такой территории, если мы не будем объединяться (речь о союзном государстве России и Белоруссии — М.В.) и делать свои экономические программы?».

«Судите сами», 12.11.2010. Л. Ярмольник навешивает **ярлыки**: «Вы считаете, что в первую очередь нужно заботиться о работнике. Работник — психология **совка**... заключается в том, что хорошо он работает или плохо, мало или много, он хочет получать столько, сколько все». — «Это называется

социальные гарантии» — «Это **уравниловка** называется [...]». (А. Исаев возражает) Мне вообще, извините, интонация ваша не нравится, потому что у меня ощущение, что я попал опять **в 75-й год или в 71-й...** У нас работников хороших мало, **в этой стране работать хорошо не научились**. В кино мы уже давно работаем по 12 часов, и я знаю, что если я откажусь работать 12 часов, на моём месте будет работать другой... То, о чём вы говорите — это осталось **в прошлом веке**. Если я хочу что-то сделать и организовать, дайте мне возможность организовать это по моему разумению». Здесь и **суггестивный подбор слов**, и **создание ассоциации** с застойным «совком», и перевод проблемы увеличения рабочего дня в **контекст** свободы предпринимателя.

«Честный понедельник», 15.11.2010. **Апелляция к авторитету** цифр и неких экономических законов, призванная скрыть ошибки миграционной политики: «Это чистая экономика. У нас в стране очень низкая производительность труда. У нас люди привыкли получать высокую зарплату и при этом мало работать. Это цифры, это всё доказано. Именно поэтому мы проигрываем конкуренцию, и те мигранты, которые сюда приезжают, они эту брешь восполняют».

По итогам анализа ряда передач мы можем сделать несколько выводов:

- Во всех рассмотренных передачах выявлено заметное количество примеров, что позволяет говорить о систематичности манипуляции.

- Многие примеры содержат в себе целый комплекс отдельных методов, среди которых всё же можно выделить самые популярные. Из методов первой группы явно «лидируют» **изменение смысла понятий и суггестивный подбор слов и конструкций**, а из второй группы — **упрощение, утверждение, апелляция к авторитету, повторение**.

- Во всех рассмотренных передачах ведущие принимают более или менее активное участие в манипуляции.

- Источниками манипуляции являются и разного рода «медийные» политики и эксперты (например, А. Макаров и С. Марков). То, что их постоянно приглашают на телевидение, свидетельствует о манипулятивных намерениях самих создателей передач.

Выжлаков М.В.

Аспирант факультета журналистики Воронежского государственного университета.

E-mail: true.tryggvi@gmail.com

В заключение, стоит отметить, что, по нашим наблюдениям, примерно к 2010 г. накал манипуляции несколько спал, что было связано с относительным прекращением активной политической борьбы в России. Тем не менее, проведение выборов в ГД РФ в 2011 г. и приближение выборов Президента РФ в 2012 г., по нашим наблюдениям, сопровождается новой волной манипуляции. Все это свидетельствует о том, что вопрос борьбы с манипуляцией на телевидении остается по-прежнему острым и требует дальнейшего изучения.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Transparency International. Corruption Perceptions Index. — (http://www.transparency.org/policy_research/surveys_indices/cpi).
2. Бодриар Ж. Реквием по масс-медиа / Ж. Бодриар. — (http://highbook.narod.ru/philos/bodr_mm.htm).
3. Бурдые П. О телевидении и журналистике / П. Бурдые. — М. : Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. — 160 с.
4. Голубь Ю.Г. Постмодернистская симуляция как инструмент манипуляции общественным сознанием / Ю.Г. Голубь // Вестник ВГУ. Серия : Филология. Журналистика. — 2008. — № 2.
5. Доценко Е.Л. Психология манипуляции : феномены, механизмы и защита / Е.Л. Доценко. — М. : «ЧеРо» совместно с издательством «Юрайт», 2000. — 344 с.
6. Зелинский С.А. Анализ массовых манипуляций в России. Анализ задеирования манипулятивных методик управления массами в исследовании деструктивности современной эпохи на примере России. Психоаналитический подход / С.А. Зелинский. — (<http://psyfactor.org/lib/zelinski.htm>).
7. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием-2 / С. Кара-Мурза, С. Смирнов. — М. : Эксмо : Алгоритм, 2009. — 528 с. — (Политический бестселлер).
8. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием / С.Г. Кара-Мурза. — (www.kara-murza.ru).
9. Кашук А.А. Телевизионные мифы — один из способов манипуляции сознанием аудитории / А.А. Кашук // Вестник электронных и печатных СМИ. — Вып. 2. — (<http://vestnik.ipk.ru/>).
10. Маклюэн М. Телевидение: робкий гигант / М. Маклюэн. — (<http://rl-online.ru/articles/1-01/20.html>).
11. Сапунов В.И. Зарубежные информационные агентства / В.И. Сапунов. — СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2006. — 384 с.
12. Швидунова А. СМИ как субъект политического процесса и инструмент политических технологий / А. Швидунова. — (<http://society.polbu.ru>).

Maxim Vyzhlov.

The post-graduated student of Department of Journalism, Voronezh State University.