



Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2023. Т. 23, вып. 3. С. 289–293

Izvestiya of Saratov University. Sociology. Politology, 2023, vol. 23, iss. 3, pp. 289–293

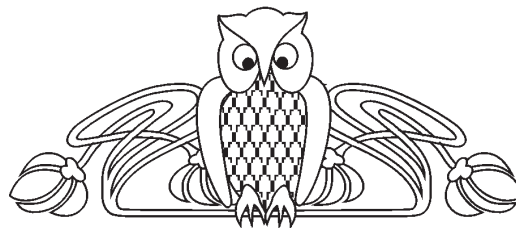
<https://soziopolit.sgu.ru>

<https://doi.org/10.18500/1818-9601-2023-23-3-289-293>, EDN: RSEAKR

Научная статья

УДК 316.774

Манипуляция как феномен информационного общества



О. Г. Антонова

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, Россия, 410012, г. Саратов, ул. Астраханская, д. 83

Антонова Ольга Геннадьевна, доктор социологических наук, профессор кафедры истории, теории и прикладной социологии, ogantonova@rambler.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2350-2444>

Аннотация. В статье затрагивается наиболее актуальная на сегодняшний день проблема манипуляции информацией с целью воздействия на общество. Манипуляция в большинстве источников интерпретируется как использование определенных приемов и технологий, под воздействием которых происходит изменение поведения людей в нужном для манипулятора направлении. Отмечается, что наиболее благоприятные условия для реализации технологий манипулирования складываются в информационном обществе, в котором особую роль играют информация, знания и информационные технологии. Проведенный анализ существующих теорий позволяет рассматривать информационное общество как особый тип общества на постиндустриальной стадии развития, в основе производства которого лежит информация. Используются различные алгоритмы подачи информации, от элементарного распространения сведений, которые невозможно проверить, до целенаправленного ее комбинирования, с учетом особенностей восприятия различными аудиториями, в том числе специфики каналов коммуникации, которые она предпочитает. На разных этапах развития общества манипуляция имеет свои особенности. В современном информационном обществе самую большую опасность представляют средства массовой информации. СМИ сегодня являются реальной силой в обществе, которая с помощью информационных сообщений формирует определенные социальные установки и влияет на изменение убеждений человека. Процесс манипуляции включает навязывание определенного социального стереотипа, благодаря которому индивид воспроизводит нужные модели поведения, меняется его восприятие и мышление. Результаты ряда социологических исследований раскрывают особенности технологий воздействия, среди которых авторы отмечают особую роль средств массовой информации в навязывании стереотипов через создание социально значимых образов, также выступающих инструментами пропаганды и агитации.

Ключевые слова: теории информационного общества, знание, информация, коммуникация, технологии воздействия, манипуляция

Для цитирования: Антонова О. Г. Манипуляция как феномен информационного общества // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2023. Т. 23, вып. 3. С. 289–293. <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2023-23-3-289-293>, EDN: RSEAKR

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Manipulation as a phenomenon of the information society

O. G. Antonova

Saratov State University, 83 Astrakhanskaya St., Saratov 410012, Russia

Olga G. Antonova, ogantonova@rambler.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2350-2444>

Abstract. The article touches upon the most urgent problem of information manipulation with the aim of influencing society. In most sources manipulation is interpreted as the use of certain techniques and technologies, under the influence of which the behavior of people changes in the direction necessary for the manipulator. It is noted that the most favorable conditions for the implementation of manipulation technologies are formed in the information society, in which information, knowledge and information technologies play a special role. The analysis of existing theories allows us to consider the information society as a special type of society at the post-industrial stage of development, the production of which is based on information. Various algorithms for presenting information are used, from the elementary dissemination of information that cannot be verified to its purposeful combination, taking into account the peculiarities of perception by different audiences, including the specifics of the preferable communication channels. At different stages society development manipulation has its own characteristics. In today's information society, the biggest threat is the media. The media today is a real force in society, which, with the help of information messages, forms certain social attitudes and influences the change in a person's beliefs. The process of manipulation includes the imposition of a certain social stereotypes, thanks to which an individual reproduces the necessary behavior patterns, perception and thinking



changes. The results of a number of sociological studies reveal the features of impact technologies, among which the authors note the special role of the media in imposing stereotypes through the creation of socially significant images, which also act as propaganda and agitation tools.

Keywords: information society theories, knowledge, information, communication, impact technologies, manipulation

For citation: Antonova O. G. Manipulation as a phenomenon of the information society. *Izvestiya of Saratov University. Sociology. Politology*, 2023, vol. 23, iss. 3, pp. 289–293 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2023-23-3-289-293>, EDN: RSEAKR

This is an open access distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Манипуляция в научной литературе понимается как скрытое воздействие, которое изменяет воззрения, установки, цели, принципы, а также поведение и действия людей. Приемы манипуляции использовались человечеством всегда. Само же слово «манипуляция», как отмечается в «Этимологическом словаре русского языка» А. В. Семенова, – французское по происхождению, где *manipulation* – суффиксное производное от *manipuler* «манипулировать». Первоосновой выступают латинские слова *manus* (рука) и *plere* (наполнять). В русском языке слово стало использоваться с XIX в. [1].

Глагол «манипулировать» обозначает операции и действия с какими-либо вещами или предметами. Так, «Толковый словарь живого великорусского языка» В. И. Даля приводит следующее определение: «манипуляция» – приемы ручные, хватка, сручье; обиход [2]. В словаре Д. Н. Ушакова манипуляция понимается в трех значениях: 1. Движение руки (устар.). 2. Сложный прием, сложное действие над чем-н. 3. Прodelка, махинация (неодобрит.); манипулировать, значит, производить манипуляции [3]. В «Толковом словаре русского языка» С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой также видим несколько значений слова «манипулятор»: 1. Цирковой артист, выполняющий фокусы, основанные на ловкости рук. 2. Человек, который занимается манипуляциями. 3. Название некоторых механических устройств для производства сложных движений, действий, аналогичных действиям руки (спец.) [4].

Как видим из приведенных выше определений данного термина, первоначально слово «манипуляция» применялось по отношению к работе фокусников и кукловодов. В настоящее время термин понимается как скрытое принуждение. Методы и принципы скрытого воздействия были отработаны в нацистской Германии. Автором концепции влияния на сознание масс считается Й. Геббельс [5].

В современном мире манипуляция представляет собой распространенный способ воздействия на людей, идет ли речь о малой социальной группе либо обществе в целом. Манипулирование оказывает воздействие на социальные и психические структуры человека,

причем действие происходит скрытно и направлено на подавление свободы выбора с целью управлять поведением индивида, изменяя или корректируя присущие ему мнения, ценности, суждения в нужном воздействующему субъекту направлении.

В качестве научной категории проблема манипулирования общественным сознанием в отечественной науке стала рассматриваться только в 50–60-х гг. двадцатого столетия, в зарубежной – в 40–50-х гг.

Если изначально манипуляция изучалась как феномен преимущественно психологии, то в эпоху развития информационного общества стала предметом изучения многих научных дисциплин, в том числе социологии, которая уделяет этому явлению особое внимание.

Представители социологии рассматривают манипулирование как приемы идеологического и социально-психологического воздействия на индивида с целью изменения его поведения вопреки его воле и сознанию. В частности, в «Большом толковом социологическом словаре» «манипуляция» понимается как: 1) способы социального воздействия на людей при помощи различных средств с целью навязывания ценностей, идей, форм поведения и т.д.; 2) жупльническая прodelка, подтасовка фактов, махинация, фокус; 3) сложный прием в ручной работе, требующий большой точности [6].

Как один из способов социальной регуляции, управления и социального контроля манипуляция напрямую связана с властью, функциями нормативной регуляции, унификацией поведения, способствующей интеграции индивидов в общество и, прежде всего, предполагает трансформацию ценностных компонентов сознания и способствует созданию смысловых ориентиров для социально-адаптированного поведения. В настоящее время известно много различных средств, технологий и приемов манипулятивного воздействия, что способствует такому широкому распространению механизма манипуляции. Мощным фактором послужил процесс «омассовления» общественного сознания, сознание «массового» человека формируется и управляется извне.



Сущность механизма манипуляции заключается в навязывании определенных стереотипов мышления и поведения, привлекательных для субъекта манипулирования. Главный смысл этого процесса заключается в том, чтобы объект манипуляции в конце концов был уверен, что это его собственный выбор, без какого-либо влияния со стороны. Человек, на которого направлена манипуляция, уверен, что это его мнение, представление, суждение, мышление на основе полученной им информации, и он начинает совершать соответствующие действия.

На разных этапах социокультурного развития манипуляция имела свои особенности. Для ранних этапов развития человеческого общества характерна технология манипуляции через мифологичность. Данная технология выполняла роль социальной идентификации. Для традиционного типа общества характерна прямая тотальная манипуляция. В обществе индустриальном и постиндустриальном говорить о тотальной манипуляции не представляется возможным в силу ускоряющихся темпов технического развития, с одной стороны, и увеличивающейся свободы выбора, с другой. Стереотипы сознания «общества потребления» программируются через сферу потребностей и желаний. В информационном обществе проблема манипулирования приобретает особый характер. Возникает феномен манипуляции информацией.

Сам феномен информационного общества заключается в том, что человек окружен большим количеством информации, процессы передачи и приема информации ускорились и становятся непрерывными и неизбежными. В эру информационных технологий проблема манипулирования общественным сознанием становится глобальной, отечественные и зарубежные исследователи активно изучают это явление, чтобы проследить вектор его формирования и развития, влияния на существующую действительность. Именно в информационном обществе появляются необходимые условия и колоссальные возможности манипуляции через собственно информацию, поскольку практически все можно представить в виде информации, и, соответственно, через изменение информации возможно управлять социальной реальностью, изменяя ее в нужном манипулятору направлении.

Информационное общество, согласно существующим научным подходам, определяется как особый тип общества на постиндустриальной стадии развития, в основе производства

которого положены знания, информация. Социологи в качестве главных отличительных особенностей информационного общества указывают на формирование глобального информационного пространства, информационное взаимодействие и взаимозависимость людей, доступ к мировым информационным ресурсам.

Э. Тоффлер одним из первых констатировал, что человечество вступает в новую эпоху, дорогу к которой проложило бурное развитие техники, в первую очередь компьютеров, и ИТР в целом [7, с. 21]. Он не дает новой цивилизации четкого определения, но говорит о ее принципиально новом характере. Э. Тоффлер ни разу не формулирует определение им самим введенного понятия «информационное общество», но дает определение описательно, через перечисление элементов, которые являются радикально новыми для сегодняшней жизни и коренным образом изменяют нашу жизнь [8, с. 85].

В современном информационном обществе, в котором главной ценностью выступает информация, большую опасность начинают представлять средства массовой информации (СМИ) в силу всеобъемлющего характера, формируя глобальность, масштабность масс-медиа, так называемое единое информационное поле.

В зарубежной литературе исследования массовой коммуникации напрямую связаны с понятиями «медиа» и «масс-медиа», в России ученым приходится работать с целым набором терминов: «средства массовой информации (СМИ)», «средства массовой коммуникации (СМК)», «масс-медиа», «медиа». Наиболее авторитетная работа в сфере исследования медиа – «Понимание медиа» – принадлежит представителю торонтской школы М. Маклюэну. Ученый относит к медиа: речь, письменность, дороги, карты, числа, одежду, архитектуру, деньги, аксессуары (часы, украшения, ручки и т. п.), кино, газеты, фотографию, радио, автомобили, канцтовары, телевидение и многое другое. По его мнению, всё материальное является медиа. Кроме того, сами медиа влияют на информацию, которую в себе несут, и это влияние не менее важно, чем само сообщение [9].

В коммуникационных процессах, таким образом, в результате увеличения информационного компонента возрастает роль приемов манипуляционного воздействия. Средства массовой коммуникации (СМК) в силу того, что они являются непосредственными носителями информации, выступают важнейшим ресурсом власти и становятся источником формирования социальной реальности.



С помощью информации осуществляется огромное количество манипуляций. Особую роль в информационном воздействии играет коммуникация, понимаемая как процесс передачи и приема информации. Контроль информационно-коммуникативных средств дает возможность дозировать информацию, освещать только выгодные определенной группе новости, формировать стереотипы и диктовать образец поведения человека в обществе.

В числе универсальных методов социального управления особое значение имеет убеждение. Убеждение – сложный многоступенчатый процесс, включающий следующие этапы: 1) привлечение внимания; 2) достижение понимания; 3) принятие (интериоризация) информации; 4) поддержание внимания; 5) действие как результат.

В этой связи особого внимания заслуживает концепция А. А. Леонтьева о двух видах воздействия – через информированность и через собственно убеждение [10, с. 37–38]. Изменить отношение к явлениям окружающей действительности можно, во-первых, сообщив реципиенту совершенно новую информацию о неизвестных ему фактах, во-вторых, – новую информацию об уже известных ему фактах. В любом случае осуществляется воздействие через информирование. Собственно убеждение, по А. А. Леонтьеву, начинается в случае, когда на реципиента оказывается прямое и непосредственное воздействие – уже известные факты и явления преподносятся в совершенно новой интерпретации, используется новая система аргументов и доводов. Этот прием требует знания когнитивного уровня реципиента, чтобы попасть в его смысловое поле и эмоциональную зону. Здесь большое значение имеет структура дискурса – тематическое поле, тональность, каналы передачи информации. Такие приемы используются, главным образом, в массовой коммуникации.

Среди многообразных способов воздействия В. В. Козлов выделяет две основные модели контроля информационных потоков: 1) изъятие нежелательной информации из потока, когда неудобные факты замалчиваются и не распространяются; 2) ее изобилие – быстротечность и огромное количество информации могут ввести аудиторию в заблуждение, будто она контролирует то, что ей стараются внушить. Однако обилие источников лишает человека способности глубоко анализировать информацию, оставляя лишь поверхностные суждения [11].

А. А. Казаковым представлена классификация методов и приемов медиаманипулирования в зависимости от масштаба. Он выделил три уровня манипулирования: макроуровень, мезоуровень и микроуровень. Макроуровень предполагает разделение информации на ту, которую освещают, и ту, которую не освещают, для этого придуман специальный термин – «формирование информационной повестки дня». На мезоуровне выделяются два блока – логический и эмоциональный. Первый блок отвечает за приемы, воздействующие в нужном для манипулятора направлении, влияя на каналы, ответственные за логическое мышление (например, приведение статистических данных или экспертных оценок). Эмоциональный блок использует методы, воздействующие на психическую составляющую (например, видео или фото с юмором или страхом и ужасом). К микроуровню относятся приемы использования синонимов и метафор, гиперболизация и прочее, т. е. точечные методы (если объект манипуляции лингвистически не подкован, он рискует попасть под влияние) [12].

Назовем некоторые конкретные приемы манипуляции информацией:

- подача информации, подкрепленной «экспертным мнением»;
- «компоновка тем», т. е. такой порядок подачи информации, который бы преподносил ее в выгодном свете;
- «подмена понятий», когда вместо предмета обсуждения предлагается близкая, но уведящая в сторону от сути тема;
- «вырывание из контекста», когда информация подается не полностью, а отдельными кусками;
- способ «запугивания» – несуществующая опасность используется с целью ограничить действия граждан по их же инициативе;
- «эмоциональная атака» – аудитории предоставляется эмоционально окрашенная информация, которая влияет на ее восприятие;
- «паразитирование» – манипулятор намеренно встраивает что-то знакомое и положительное в цепочку информации, например упоминание авторитетов;
- «осмеяние» – прием подразумевает приращение конкретному лицу, программе или проблеме несерьезного окраса;
- «тройной конь» – подача информации, в которой перемешаны правдивые факты с внушениями, что создает иллюзию достоверности.

По результатам исследования Левада-Центра, телевидение по-прежнему остается главным источником информации у населения



страны, однако доверие к нему в последние годы упало. Так, в 2009 г. 94% россиян назвали телевидение главным источником информации, в то время как в 2019 г. таких было 72%. Согласно опросам, в 2019 г. примерно 55% населения доверяло телевидению как источнику информации в отличие от почти 80% в 2009 г. Причем продолжают доверять телевидению в основном люди старше 35 лет.

В этой связи примечателен тот факт, что все самые популярные программы, за исключением программы «Вести», подаются в провокационной и скандальной манере.

По результатам опросов, 53% респондентов указали, что деятельность СМИ за последние десять лет не изменилась, и лишь 22% ответили, что изменилась к лучшему. Более 50% опрошенных не сомневаются в объективности и полезности информации, и только 12% высказали мнение, что телевидение искажает информацию о событиях в мире с целью манипулирования [13, 14].

Таким образом, в информационном обществе особое значение приобретает информационный обмен, расширяются коммуникативные возможности, массовая коммуникация оказалась сильным конкурентом межличностной коммуникации, широкое распространение получают технологии манипуляции информацией.

По мере увеличения информированности и уровня образования в обществе эффективность открытых способов принуждения снижается. Информационные манипуляции дают широкие возможности для более скрытых форм управления социальной реальностью.

Список литературы

1. Семёнов А. В. Этимологический словарь русского языка. Русский язык от А до Я. М. : Юнвес, 2003. 704 с. (Большие словари).
2. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. М. : Типография Лазаревского ин-та восточных языков (А. Мамонтов), 1863–1866.
3. Толковый словарь русского языка / под ред. Д. Н. Ушакова : в 4 т. М. : Советская энциклопедия ; ОГИЗ, 1935–1940.
4. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. 4-е изд., доп. М. : Азбуковник, 2000. 940 с.
5. Андреева Л. Игра босса: манипуляция подчиненными. Как защититься. URL: <https://vc.ru/hr/100004-igra-bossa-manipulyaciya-podchinennymi-kak-zashchititsya> (дата обращения: 02.02.2023).
6. Манипуляция // Джери Д., Джери Дж. Большой толковый социологический словарь : в 2 т. / пер. с англ. Н. Н. Марчук. М. : Вече ; АСТ, 1999. Т. 1 (А–О). 544 с.
7. Тоффлер Э. Третья волна. М. : АСТ, 1999. 784 с. (Классическая философская мысль).
8. Баталов Э. Я. О книге Тоффлера Э. // США – экономика, политика, идеология. 1982. № 7. С. 84–99.
9. Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева. М. ; Жуковский : КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. 464 с. (Приложение к серии «Публикации Центра Фундаментальной Социологии»).
10. Леонтьев А. А. Основы теории речевой деятельности. М. : Наука, 1974. 368 с.
11. Козлов В. В., Гордеев М. Н., Власов Н. А. Основные приемы манипуляции массовым сознанием // Вестник Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова. Серия Гуманитарные науки. 2016. № 4 (38). С. 98–105. EDN: XHNMNL
12. Казаков А. А. Методы манипулирования общественным сознанием в контексте медийной грамотности: политическое измерение // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. 2016. Т. 12, № 3. С. 26–34. EDN: YNDHRF
13. Четверть россиян потеряли доверие к телевидению за десять лет // Левада-Центр : [сайт]. URL: <https://www.levada.ru/2019/08/01/chetvert-rossiyan-poteryali-doverie-k-televideniyu-za-desyat-let/> (дата обращения: 22.02.2022).
14. Итоги 2020-го: события, люди, оценки, ожидания от 2021-го // ВЦИОМ : [сайт]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/itogi-2020-go-sobytiya-ljudi-ocenki-ozhidaniya-ot-2021-go> (дата обращения: 22.02.2022).

Поступила в редакцию 14.02.2023; одобрена после рецензирования 25.04.2023; принята к публикации 16.05.2023
The article was submitted 14.02.2023; approved after reviewing 25.04.2023; accepted for publication 16.05.2023