

Тема 10

*Технологии создания общественного мнения.
Манипулирование общественным мнением*

1

Разработал: д.ф.н., профессор Сугрей Л.А.
Редактор Окуджава Н.

Основные вопросы:

- 1. Технологии создания общественного мнения**
- 2. Манипулирование общественным мнением**


Технологии формирования общественного мнения представляют собой *совокупность* последовательных приемов, способов и методов, направленных на выработку в обществе требуемых субъектам влияния взглядов, убеждений и отношения к различным событиям и явлениям действительности.

Субъекты формирования общественного мнения

органы государственной
власти

органы местного
самоуправления

институты гражданского общества (*политические партии, организации, объединения*)



Политическое манипулирование
— это *скрытое управление*
политическим сознанием и
поведением людей с целью
принудить их действовать или
бездействовать в интересах
манипуляторов, навязывание воли
манипулятора манипулируемому в
форме скрытого воздействия.

СМИ обладают некоторыми специфическими особенностями, связанными с формированием общественного мнения.

во-первых, *охват, направленность* и быстроту информационного воздействия;

во-вторых, *мощность, коммуникативность, постоянство* и многообразие идеологического воздействия;

в-третьих, *своеобразная и эффективная форма* единства пропагандистского, агитационного, воспитательного и информационного воздействия;



В-ЧЕТВЕРТЫХ, *богатство и многообразие форм* И МЕТОДОВ ВОЗДЕЙСТВИЯ;

В-ПЯТЫХ, *гласность, динамичность, стабильность,*
распространенность, **ИНТЕНСИВНОСТЬ,** **ЭКСТЕНСИВНОСТЬ,**
ДОСТУПНОСТЬ.

Главенствующая роль СМИ в информационном пространстве определяется:

9

- широким охватом аудитории
- скоростью передачи информации
- доступностью





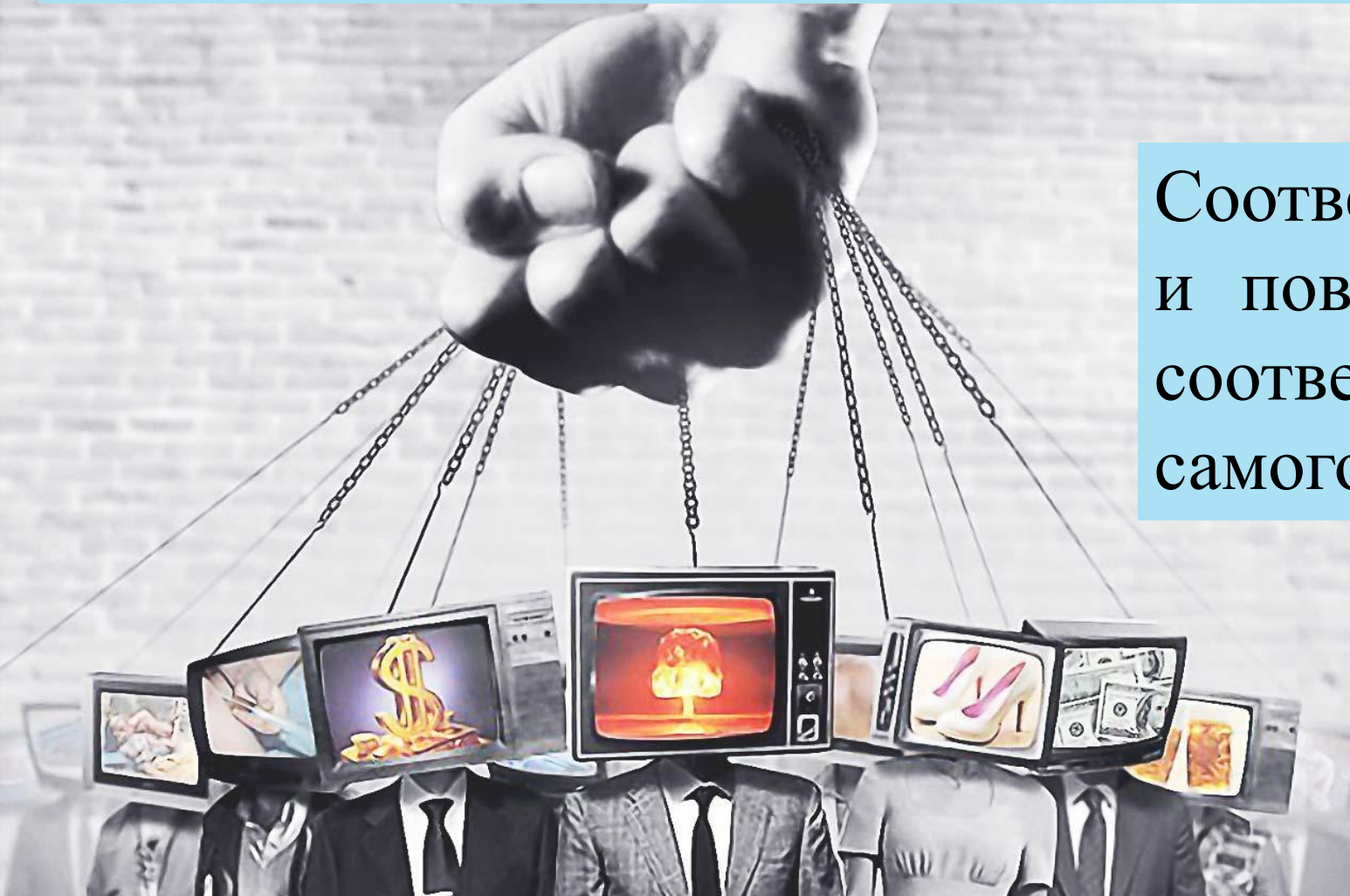
Развитие СМИ в современном мире достигло такого уровня, который *позволяет управлять поведением* и действиями большого числа людей, *формировать их мнения* о мире и явлениях социальной действительности.

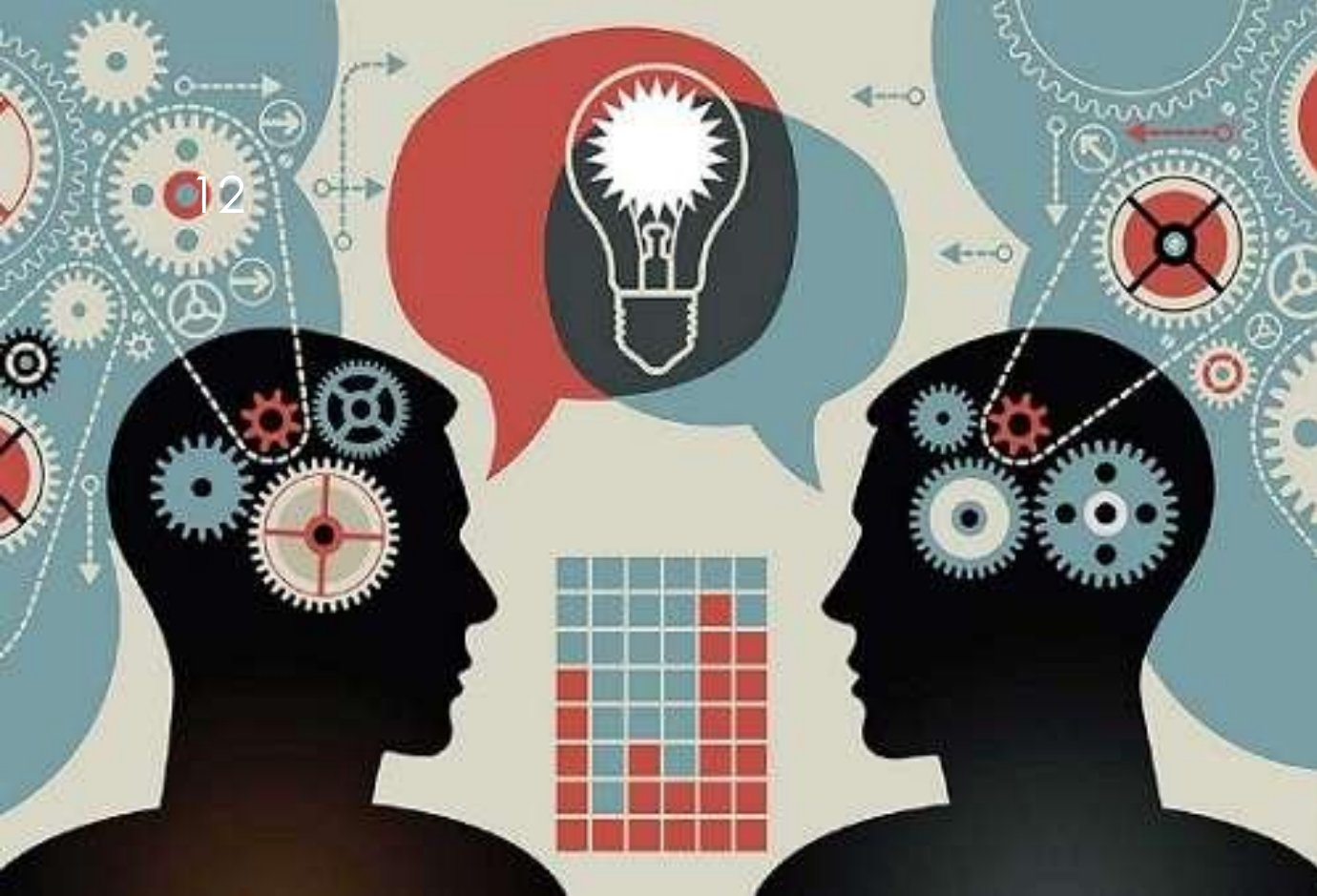
Для этого используются определенные *технологии манипуляции массовым сознанием*.



Объект манипуляции, получая искаженную информацию, формирует в своем сознании представление об окружающей действительности в заданном манипулятором направлении.

Соответственно формируется и поведение, которое будет соответствовать желаниям самого объекта манипуляции.





Другими словами, объект манипуляции *будет думать, что он самостоятельно делает свой выбор*, но на самом деле выбор за него делает тот, кто им управляет.

Главная задача манипулятора заключается в *ограничении*
¹³*доступа к информации*, лишении свободы выбора.

Объект должен получать только *препарированную информацию*, не дающую возможность мыслить по-другому, видеть мир в целом, таким, каков он есть на самом деле.



Для ограждения объекта манипуляции от фактов, событий и явлений (процессов) действительности и формирования воображаемого мира используются следующие методы манипулирования общественным мнением:

- **внушение** - воздействие на психику человека с помощью вербальных и невербальных средств;

- из частного факта¹⁵ делать общий вывод;

- использование слухов и домыслов в качестве доводов;

- уменьшение значения одних фактов, событий, явлений и преувеличение других;

- **замалчивание - сокрытие** существенных фактов, событий, явлений действительности (принцип избирательности при подаче информации);





- *подмена фактов;*

- *подмена понятий;*

- *метод фрагментации* - предоставление только части информации о фактах, событиях и явлениях;



- ***метод абсолютной лжи*** (чем ужаснее ложь, тем быстрее в нее поверят);

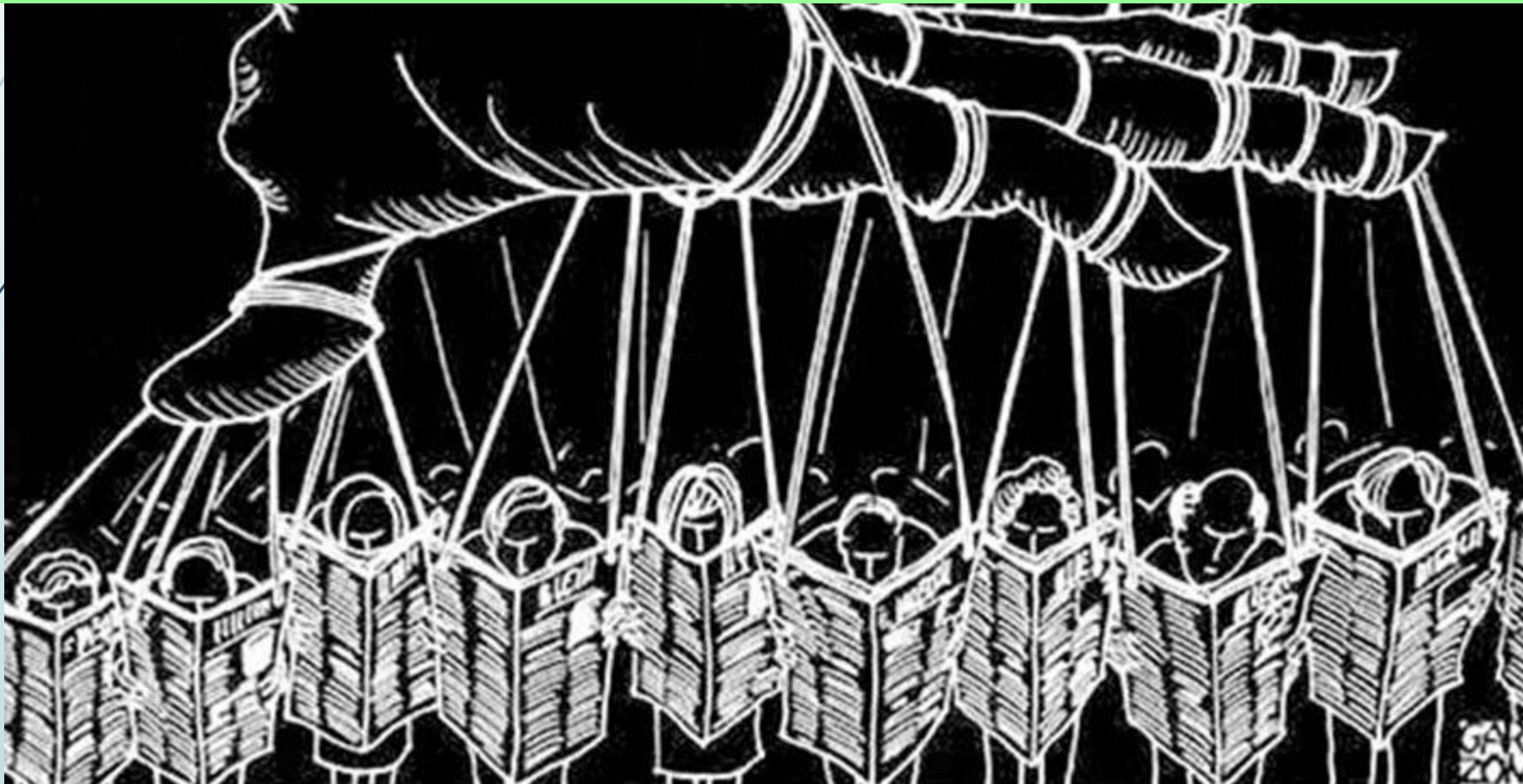


- *метод многократного повторения* (если многократно повторять ложь, то через некоторое время она будет восприниматься людьми уже как правда, т.к. сильно укрепитя в сознании человека);

19
Технологии формирования общественного мнения широко используются в процессах *политической легитимации*, которая представляет собой процесс *общественного признания законности и правомерности политической власти*, полит. решений и полит. деятельности.

Политическая легитимация необходима в процессе формирования, удержания и использования власти.

20
Технологии *политической* *легитимации* МОЖНО
разделить по масштабам на **долгосрочные**
(*стратегические*) и **краткосрочные** (*ситуативные*).



Долгосрочные технологии формирования общественного мнения заключаются в поэтапном использовании различных методов манипуляции массовым сознанием. На каждом временном этапе формирование общественного мнения возможно только в определенных рамках, допускающих применение тех или иных методов.





Технология легитимации в долгосрочной (стратегической) перспективе хорошо описана американским социологом и политологом *Джозефом Овертоном (1960-2003)*.

Суть данной технологии заключается в том, что существуют *пределы терпения* общественного мнения, в рамках которых можно осуществлять определенные поэтапные операции для перестраивания сознания людей.

Автор²³ выделил следующую линейку отношения общественного мнения к тому или иному явлению:

1) **немыслимо;**

2) **радикально;**

3) **приемлемо;**

4) *разумно;*

5) *популярно;*

6) *политика.*



Если на *первом этапе* общественное обсуждение той или иной темы *немыслимо*, то, например, за нее берутся ученые, которые по своему профессиональному долгу обязаны исследовать все проблемы

На *втором этапе* меняется название явления, причем может меняться несколько раз, чтобы запутать обывателя и забыть его истинное значение.



На *третьем этапе* эта проблема начинает активно обсуждаться в средствах массовой информации.

На последующих этапах манипуляторы начинают *убеждать* население в *обыденности* данного явления, в том, что оно *случилось еще с давних времен*.

Краткосрочные (ситуативные) политические технологии формирования общественного мнения часто используются при необходимости принятия того или иного закона, достижения какой-либо *краткосрочной политической цели* либо в процессе политической борьбы.



Долгосрочные технологии формирования общественного мнения заключаются в поэтапном использовании различных методов манипуляции массовым сознанием. На каждом временном этапе формирование общественного мнения возможно только в определенных рамках, допускающих применение тех или иных методов.



Такие технологии могут иметь следующий алгоритм:

- планирование информационной операции - определение целей, задач, сил, средств и т.д.;

- выбор или создание события, проблемы в качестве информационного повода;

- «раскрутка» информационного повода - формирование или разрушение стереотипов, установок;

- плавное завершение информационной операции.

Спасибо за внимание