

Секция «Политическая коммуникация в современном мире»

**Технология управления общественным сознанием как неотъемлемая часть  
политического процесса**

**Научный руководитель – Манойло Андрей Викторович**

***Клычева Парвина Темуровна***

*Выпускник (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Институт стран Азии  
и Африки, Кафедра политологии стран Востока, Москва, Россия

*E-mail: klycheva\_pargvina@mail.ru*

За последнее столетие темп жизни, подгоняемый научно-техническим прогрессом, возрос в несколько раз. Традиционное общество, оказавшееся не в силах отвечать вызовам времени, пережило грандиозную ломку, потеряло корни, оказалось в уязвленном состоянии спешного поиска новых ориентиров. Однако вместе с обществом эволюционируют и средства его исследования, а также управления им. За минувшее столетие главными рычагами воздействия стали не государственные институты в традиционном смысле, а невидимые нити, пронизывающие все сферы человеческой жизни, формирующие общественное мнение.

Еще в 1895г. в «Психологии толпы» Г. Лебон предрекает, что «наступающая эпоха будет поистине эрой масс» (Лебон, 1998, с.127). При этом для Лебона предметом исследования является толпа, т.е. собрание группы индивидов. В полемику с ним вступает Г. Тард, который разделяет понятия «толпа» и «публика». Он называет толпу, т.е. физическое собрание индивидов в конкретном месте, анахронизмом в социальной и политической жизни. В современном цивилизованном обществе бал вершит «публика», «чисто духовная совокупность, группа индивидов, физически разделенных и соединенных чисто умственной связью» (Лебон, 1998, с.260) При этом Тард указывает, что главным объединяющим фактором здесь выступает общий источник информации [2].

Не секрет, что при выборной системе власти успех политического лидера или партии напрямую зависит от степени популярности среди избирателей, т.е. степени соответствия политических лозунгов и конкретный политических действий ожиданиям общества. Не так давно данное явление было описано в теории, названной «Окно политических возможностей Овертона» [4]. Теория описывает все многообразие политических идей и решений по некоей проблематике как линейку, противоположные концы которой представляют собой полярные значения. Линейка представляет собой полный спектр политических решений для какого-то определенного вопроса. Однако политически возможным является только та часть полного спектра решений, которая имеет поддержку среди общества. Таким образом, воплощение в жизнь новой политической идеи возможно только тогда, когда в обществе сдвинутся рамки «окна» в необходимую сторону.

Задолго до рождения теории «Окна Овертона» Э.Бернейс отвечает на ее посыл: «Если политик является настоящим лидером, то с помощью умело организованной пропаганды он сумеет повести людей за собой, а не плестись за ними следом, отыскивая путь методом проб и ошибок» (Бернейс, 2010, с.114). Об этом же в «Общественном мнении» пишет У. Липпман: «Лидеры обычно претендуют на то, что создали программу, родившуюся из недр сознания общественности. Если он и сам в это верит, то обычно заблуждается» (Липпман, 2004, с.236). По Липпману, окружающий мир слишком сложен и разнообразен, человек не может быть абсолютно информирован. Для ориентации в окружающем мире знания систематизируются в категории, создаются стереотипы и символы, которыми и оперирует разум человека. Лидеры при этом обладают заведомо большей информацией

для формирования собственного суждения, обладая при этом средствами воздействия на массы путем манипуляции стереотипами[3].

Подробным образом средства манипуляции общественным мнением и пропаганды описывает Э. Бернейс [1]. Вот ключевые пункты плана по внедрению необходимых идей:

- подразделение общества на более мелкие и сплоченные группы, привлечение лидеров этих групп, обладающих авторитетом (воздействие на общество может производиться посредством как прямой «вербовки» лидеров, так и косвенным путем, например, проведение общественных мероприятий с участием авторитетных лиц в качестве приглашенных гостей)

- Использование всех средств коммуникации, в первую очередь, СМИ (в момент написания книги ведущим средством распространения информации являлось радио, на втором месте - печатные издания. С распространением телевидения и интернета роль СМИ в механизмах манипуляции возросла многократно, а методы их использования находятся в состоянии непрерывной эволюции).

Достижимый результат воздействия комплексной пропаганды: к моменту, когда политик выступает с той или иной новой идеей, общество к этому подготовлено и воспринимает ее как нечто знакомое и обдуманное.

Руководствуясь знаниями о том, какие средства формирования общественного мнения используются современными политиками, можно уяснить природу многих вопросов, оказавшихся на повестке дня мирового сообщества, будь то вторжение в Ирак американских войск или легализация однополых браков во Франции.

#### Источники и литература

- 1) Бернейс Э., Пропаганда, Н-Publishing, Москва, 2010
- 2) Лебон Г., Тард Г. Психология толп. Мнение и толпа. М.: Институт психологии РАН, КСП+, 1998
- 3) Липпман У., Общественное мнение, М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004
- 4) Mackinac center for public policy: <https://www.mackinac.org/>