
§ 3. МАНИПУЛЯЦИЯ СОЗНАНИЕМ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ИМИДЖЕ: ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, СОВРЕМЕННОСТЬ¹

Для того чтобы раскрыть в политических, имиджевых коммуникациях роль манипуляций, необходимо первоначально рассмотреть их социальную природу и научное понимание.

Слово «манипуляция» (от лат. *manus* — рука, *manipulus* — войсковое подразделение римского легиона) употребляется сегодня в трех основных значениях.

Прежде всего, оно обозначает искусные ручные действия или сложные технические операции, производимые, например, в дистанционном управлении с помощью рычагов — имитаторов человеческих рук при загрузке и выгрузке стержней с ядерным топливом.

В этом, прямом значении такие науки, как зоопсихология, эталогия, применяют данный термин для обозначения двигательной активности животных на комбинирование и перемещение в пространстве при помощи передних конечностей, ротового аппарата каких-либо компонентов окружающей среды. Использование манипуляций в поиске источников питания, при защите от нападения, в играх и т.п. имело решающее значение в развитии познавательных способностей животных и явилось основой формирования их интеллекта. У приматов — предков человека манипулирование «биологически нейтральными» предметами стало основой зарождения трудовой деятельности [144. С. 200–201].

Во втором, переносном значении слово «манипуляция» обозначает фокуснические действия, махинации и такие проделки, которые создают у их объекта разнообразные иллюзии в сознании при восприятии и анализе каких-либо фрагментов реальности.

В третьем значении, объединяющем в себе два первых, манипуляция является метафорическим наименованием косвенной регуляции, воздействия, скрытого управления сознанием, волей и поведением человека. «Невидимая рука» манипуляций обнаруживается в жизни людей прежде всего в формирующихся у них иллюзиях независимости от сторонних влияний и мнимой самостоятельности их решений, мнений, побуждений, действий, т.е. в имитации их субъектности. Суть этой имитации проявляется в обратно пропорциональной зависимости: чем бо-

¹ Ю. А. Ермаков, д-р филос. наук, профессор.

лее человек ощущает себя субъектом, тем менее он им на самом деле является, превращаясь в объект скрытой власти над ним. Так, за фасадом мнимой свободы и сознательности манипуляция благодаря особым приемам и технологиям может принимать разнообразные формы незримо-го закабаления, духовной диктатуры и порабощения разума и души человека или способствовать использованию людей в качестве живых орудий и средств для достижения чуждых им целей.

В истории политико-философской мысли многие мыслители — Платон, Аристотель, Гоббс, Локк, Вебер и др. — связывали манипуляцию (не употребляя само понятие), в первую очередь, с политической и экономической властью, с государственным управлением. Однако относились к ней по-разному: от признания ее полезности и необходимости в управлении людьми (Н. Макиавелли) до полного неприятия и отрицания в качестве зла (К. Маркс).

В двадцатом веке благодаря работам экзистенциалистов, неомарксистов, неофрейдистов, бихевиористов, представителей других направлений социальной философии, социологии, психологии, сфера бытия социально-политических манипуляций была значительно расширена. Выяснилось, что ее субъектами и объектами выступают не только отдельные люди или политические институты социума, но и общество в целом, не только развивающее индивидов, но и ограничивающее активность масс, личностное саморазвитие. Таким образом, проблема манипуляции обрела философский статус, превратившись из локальной в родовую и универсальную, свойственную всем социально значимым сторонам индивидуальной жизни людей.

Кроме того, выяснилось, что и открытые, рыночные, демократические общества, и закрытые тоталитарные и теократические осуществляют манипуляции посредством специфических технологий воздействия на своих членов. Так, советское общество культивировало такие способы социально-политических манипуляций, как коллективистское закрепощение индивидов, привитие им единомыслия, их ценностную дезориентацию, превращение отдельных людей, социальных групп, этносов и классов во «врагов народа», в изгоев в своем коллективе и в обществе в целом [61. С. 101–135]. И в западном демократическом обществе учеными описаны такие техники манипуляций человеком, как мифологизация его мировоззрения [194. С. 19–201], программирование его намерений, мыслей, чувств и тайная элиминация его индивидуальности [105. С. 1–263], либо как хорошо организованный через политические институты и средства массовой информации обман людей [204. С. 7–51].

Кроме того, ученые указывают и на развитие современных биотехнологий — генной инженерии, психохирургии, нейродинамического программирования, психотропных генераторов, имплантации микроэлектронных приборов в мозг и других, которые могут в политических и иных

целях использоваться для управления сознанием, модификации личности человека, для изменения его поведения.

Следует подчеркнуть, что истоки самой проблемы манипуляции человеком кроются в объективно существующем драматическом разрыве между необходимостью нормального функционирования конкретных обществ, с одной стороны, и полным развитием, самореализацией личности живущих в них людей — с другой. Этот, всегда существующий онтологический разрыв на индивидуальном уровне обнаруживает себя в определенном соотношении и противоречии между «индивидуальным саморазвитием индивидов» и привнесенным извне в их личность социальным содержанием. Если нормальный, продуктивный баланс между названными сторонами сохраняется, то и о социально-политических манипуляциях можно говорить как о нейтральных или даже как о позитивных. В последнем случае они включены в качестве вспомогательного средства в процессы управления, общения, лечения, образования, воспитания, избирательным образом востребующие и раскрывающие индивидуальные ресурсы, творческий потенциал человека, и при этом не препятствующие его самореализации, содействующие возрастанию целостности его личности.

Однако, когда сбалансированное соотношение между внедрением извне и индивидуальным саморазвитием человека нарушено, то и финальным итогом может стать частичное или полное замещение в индивиде его личности на «другого субъекта», который в последующем и будет направлять, программировать его жизнедеятельность. Таким образом «другой» становится бытием особой социальной формы, синтезирующей в себе отчасти навязанные и индуцированные, отчасти невостребованные и превращенные индивидуальные качества человека. Так, «другой» может обнаруживать себя как «человек организации», «человек толпы», «рыночная личность», «автоматизированный конформист», «гомо советикус» и «гомо консументс» и т.п., обуславливающий и направляющий повседневную жизнедеятельность конкретных индивидов. Таким образом, редукция к абстрактному типу личности, представляющему собой сверхкомпенсацию и имитационный заменитель подлинного саморазвития людей, является результатом социально-политических манипуляций в процессах социализации и функционирования людей в конкретном обществе.

Другим итогом манипуляций является формирование собственно манипуляторской личности, впервые выделенной и описанной в качестве разновидности человека авторитарного типа философом и социологом франкфуртской школы Т. Адорно. На примере Гиммлера он убедительно показал, как бездушные индивиды-манипуляторы были способны «без личного контакта» расправляться с миллионами людей в лагерях смерти в период Второй мировой войны [201. С. 334–339]. Далее исследование человека-манипулятора было продолжено Э. Шостро-

мом, раскрывшим множество его психологических разновидностей (Прилипала, Хамелеон, Калькулятор, Славный парень, Диктатор) [197] и Г. Маркузе, описавшим характерного для индустриально-потребительского общества «одномерного человека». Последний, лишенный индивидуальности, но воспринимающий состояние своей самоотчужденности через призму «счастливого сознания», этот тип человека является свидетельством изощренности и опасности социально-политических манипуляций в современном высокоразвитом обществе [105. С. 72–263].

Вместе с тем, впервые отчетливо необходимость манипуляций в образах, продуцируемых политическими институтами, была сформулирована еще Н. Макиавелли, заложившим основы нового учения о государстве. Он подчеркивал при этом, что государственная власть держится не только на насилии и принуждении, но и на признании подданных. Поэтому правители должны постоянно заботиться о завоевании добровольного согласия граждан подчиняться. Для политиков важным является правило: «... нет необходимости князю обладать всеми... добродетелями, но непременно должно казаться, что он ими наделен» [103. С. 85]. Макиавелли при этом считал, что великие дела творили как раз князья, которые «хитростью умели кружить людям головы» [103. С. 84], именно они добивались победы и сохранения государства, «потому что толпа идет за видимостью и успехом дела» [103. С. 85]. Более того, политический мыслитель рекомендует правителю «быть великим притворщиком и лицемером», постоянно работать над своим образом (имиджем), который, естественно, может кардинально отличаться от реальности. Ведь государь вступает в контакт со своими подданными, как правило, при помощи собственного образа, который становится, следовательно, важнейшим инструментом завоевания согласия граждан на правление, удержание и укрепление государственной власти.

Таким образом, технологии манипуляции образом власти в глазах толпы, которые мы сегодня называем «макиавеллизмом», обманом, лицедейством могут использоваться и для благих целей — для сохранения государства и совершения «великих дел».

Этот анализ двойственной, внутренне противоречивой природы имиджей политиков, власти в целом во мнении масс был продолжен далее французским психологом Г. Лебоном. Он отмечал, в частности, что вожди народов становятся влиятельными не только благодаря своим политическим идеям, сильной воле, но и таинственной и неотразимой для толпы власти их образа, которую ученый назвал «обаянием». «Главное свойство обаяния, — подчеркивает он, — заключается в том, что оно не допускает видеть предметы в их настоящем виде и парализует всякие суждения» [93. С. 261]. Именно этот харизматический эффект образа позволяет вождю «зачаровывать» массы и эффективно руководить толпой, даже в экстремальных ситуациях.

Впоследствии З. Фрейд отметил точность лебоновского описания влияния образа вождя на «массовую душу», называя, правда, гипнотический фактор его воздействия «престижем». «Личным престижем обладают немногие люди, и благодаря ему они делаются вождями. Престиж подчиняет им всех и вся как бы под действием волшебных чар» [177. С. 82]. Вместе с тем, Фрейд резонно замечает, что «каждый престиж зависит однако от успеха и теряется после неудач» [177]. Таким образом, ученый стремится вполне рационально объяснить природу харизматического образа вождя, политика.

Следующий шаг к рациональному пониманию природы манипуляторского влияния образов власти на сознание был сделан в XX веке американским Институтом анализа пропаганды [206. С. 286]. В результате проведенных исследований была открыта совокупность приемов, скрытым образом программирующих сознание людей. Эта техника, названная впоследствии «азбукой пропаганды», строится на имитации духовной активности среднего человека—реципиента средств массовой информации.

Дело в том, что обыватель в своих, казалось бы, разумных рассуждениях обычно допускает «срывы», подменяя логические доводы, аргументы эмоциональной оценкой, ассоциацией, апелляцией к устоявшемуся мнению, здравому смыслу или общепринятому символу. При этом он такую подмену считает вполне естественной или вообще ее не замечает. В свою очередь, пропагандист, умело моделируя в словесно-визуальных образах эту особенность мышления, способен захватить власть над сознанием в целом и внушать реципиенту выгодные определенным политическим силам духовные программы, образцы мышления и поведения.

Так, один из приемов заключается в обозначении конкретного события, человека, идеи обобщающим родовым именем, несущим в себе «позитивность», «мир гармонии и добра». Естественно, это вызывает у реципиента прилив теплых чувств и эмоций. Применение, к примеру, таких слов, как «любовь», «культура», «демократия», «цивилизованность», «права человека», «гуманизм», «духовность» и т.п., создает неопределенный, но благоприятный контекст, облегчающий внушение конкретных мыслей, образов, идей. Вместе с тем, «сияющий» фон из этих категориальных определений может скрывать элементарные логические ошибки, на которых строятся иллюзии и мифы, преподносимые аудиторией пропагандистом.

Так, например, сегодня многие западные и российские СМИ утверждают, что наша страна из-за тоталитаризма была в XX в. на обочине магистрального пути человечества. Поэтому, мол, ей необходимо вернуться «в состав мировой цивилизации». Это утверждение, рисуемое в общественном мнении положение России, строится на логической ошибке: расширения понятия «западная цивилизация» до понятия «мировая цивилизация», которая, строго говоря, не существует и уж, конечно, даже

не подразумевает особые цивилизации Азии, Африки и Латинской Америки. Так у российской аудитории СМИ формируется очередной миф — призрачный идеал, который неявным образом отвергает национальный опыт России и ее исторические завоевания.

В создании политического имиджа часто применяется прием «трансфера» — переноса представлений реципиента об одних предметах, имеющих для него высокий престиж или, напротив, резко отрицательное значение, на другие предметы. Так, политики появляются на встречах с избирателями или на телеэкране в окружении кумиров публики — звезд кино, эстрады, моды и искусства, спорта. Таким образом, политические деятели невольно ассоциируются в сознании людей с объектами их поклонения и имеют шанс обрести больший авторитет и политические «очки». И, наоборот, образы своих противников посредством конструирования ассоциаций по сходству или смежности политики связывают с представителями криминальных и мафиозных групп, олигархическими кругами, компрометируя их в глазах населения.

Очень популярным в построении политического имиджа является прием «игра в простонародность», рассчитанный на проективную идентификацию аудитории с образом определенных политиков и государственных деятелей. Известно, например, что встречи Сталина с «простыми людьми» были крайне редки. Однако на страницах светской прессы благодаря фотомонтажам и коллажам Сталин постоянно и всегда «ходил» с массами на демонстрацию, «встречался» с молодежью, рабочими и колхозниками, «общался» со стариками и детьми.

Политики, конструирующие свой имидж, не забывают о ярких деталях в своем облике, которые свидетельствуют об их единстве с населением. Стало хрестоматийным советским символом на первом коммунистическом субботнике в Кремле «бревно на плече Ильича»; сегодня же эту традицию олицетворяют «рабочая кепка» мэра Москвы Ю. Лужкова, сумасбродные, но такие близкие и понятные нравам простонародья поступки Б. Ельцина. Все эти «изюминки» в облике политиков имеют целью сообщить: «я — свой», «я — один из вас, избирая меня во власть, вы поддерживаете самих себя».

Таким образом, эти приемы пропаганды, как и многие другие — «по свидетельству», «подтасовка карт», «фургон с оркестром», «логократия» и т.д. [61. С. 136–168], стали сегодня манипуляторской техникой политического имиджмейкинга. За видимостью аналитических рассуждений и логической аргументацией эти приемы тайно апеллируют к бессознательным реакциям и инстинктам, мыслительным клише и стереотипам, и программируют реакцию на тот или иной политический образ у реципиентов.

Вот как проектировалась, например, организаторами кампании по выборам в президенты США Р. Никсона реакция избирателей на его имидж: «Это должно быть животной реакцией, не артикулируемой, не-

аналитической, продуктом определенной химической реакции между избирателем и имиджем кандидата. Мы должны быть достаточно точными в этом пункте: ответ идет на имидж, а не на человека, поскольку 99% избирателей не имеют контактов с этим человеком. Играет роль не то, что в нем, а то, что проецируется, и, делая шаг дальше, не то, что он проецирует, а то, что избиратель получает. Не человека мы должны менять, а скорее получаемое впечатление. А это впечатление часто больше зависит от канала и его использования, чем от самого кандидата» [139. С. 546].

Следует подчеркнуть при этом, что манипуляторское программирование создает у его объекта, как правило, иллюзию духовной самостоятельности, хотя на самом деле та или иная политическая реакция обусловлена и тайно вменена ему искусством пропагандиста.

Наиболее эффективно применение манипуляций, когда создаваемый политический имидж строится на реанимации и «перестройке» архаичных, ставших бессознательными, стереотипах мышления, восприятия и поведения. Путем словесно-визуальных манипуляций их удастся обновить и превратить в актуальные факты общественного мнения и массового сознания, в ценностные регулятивы, определяющие отношение больших групп людей к явлениям политической жизни.

Это очевидно, например, в создании «ярлыков», подменяющих процесс анализа и размышлений над фактами готовой и острой нравственно-политической оценкой, предопределяющей нужный пропагандисту духовный результат.

Так, например, с именем «красные» три поколения советских людей шли в бой в гражданскую и отечественную войны, строили Магнитку и ДнепрогЭС, осваивали целину, защищали отечество в период мировой «холодной» войны. Для народов СССР этот политический бренд был почти сакральным. И когда благодаря усилиям демократов 90-х годов он превратился в «красно-коричневых», утопивших, как выяснилось, в период голода 30-х годов, сталинских репрессий страну в крови, это стало шоковым открытием для миллионов людей, резко поменявших свое отношение к коммунистическому прошлому, к тем, кто его олицетворяет.

Точно так же и образ «семьи», сформированный зарубежными и российскими СМИ в отношении коррумпированного окружения Ельцина, автоматически вызывает цепь ассоциаций с сицилийской и американской мафией и соответствующее отношение к представителям этого политического клана у населения.

Игра на привычных стереотипах, ставших идиоматическими выражениях, позволяет легче проникнуть в сознание объекта политических манипуляций и, без долгих рассуждений и доказательств, вызвать у него программируемые реакции: вспомним обозначения типа «единогласная Россия» (о партии «Единая Россия»), «контр-генерал С. Иванов»

(о проводящем соответствующей реформы в армии министре обороны РФ С. Иванове), «премьер 007» (о седьмом по счету председателе российского правительства М. Касьянове). Наконец, проводимая В. В. Путиным и федеральными властями политика по увеличению ВВП за десять лет, породившая ситуацию, когда на российской государственной службе работают сегодня, по подсчетам социологов, свыше 70% выходцев из военных, правоохранительных структур, названа журналом «Власть» «удвоенщина» и вызывает у читателей вполне определенные чувства и ассоциации.

Следует сказать, что к манипуляциям в образах современной политики у многих ученых отношение отрицательное, как к неизбежному злу [70]. Однако, думается, что такая трактовка значения манипуляций в политической имиджеологии является односторонней и упрощенной. Как было показано выше, способность к манипуляциям сформирована у человека в процессе антропогенеза, она является прирожденной и носит нейтральный, даже позитивный, жизнеутверждающий характер. Все дело, очевидно, в целях и задачах, которые обуславливают то или иное применение манипуляций. Ведь, к примеру, и ядерная энергия в качестве природной силы может быть применена и в атомной бомбе, и в мирной электростанции.

Кроме того, если манипуляции не нарушают заветы нравственности (не лги, не лжесвидетельствуй, не унижай, не эксплуатируй недостатки, пороки людей и т.д.), права и свободы человека, то в качестве дополнительного средства в построении образов современной политики они вполне допустимы. Благодаря им политика становится более творческой и эффективной, ее имиджи яркими и впечатляющими, конкурентная борьба за власть острой и интеллектуальной, оттачивающей критическое отношение людей к политическим персоналиям и реалиям.

Вопросы для самопроверки

1. Обоснуйте развитие имиджа политика как символического образа государства в период развития античных государств.
2. Опишите содержание и способы воздействия политических имиджей на массовое сознание в период информационно-технологической революции конца XX в.
3. Охарактеризуйте значение социально-психологических функций массовой коммуникации для процесса формирования политического имиджа.
4. Охарактеризуйте структуру политического имиджа.
5. Выделите функциональные особенности субъекта имиджа в рамках его основных теоретических трактовок.
6. Какие факторы оказывают влияние на восприятие субъектов политического имиджа массовой аудиторией?
7. Какие трактовки феномена манипулирования актуальны для современной политической имиджеологии?
8. Какие манипулятивные приемы применяются в процессе создания и изменения политического имиджа?
9. Каково значение манипулирования для современной политической деятельности?