

СОЦІОЛОГІЧНІ НАУКИ

Анікєєв В.В.

студент,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

МАНІПУЛЮВАННЯ СВІДОМІСТЮ СУСПІЛЬСТВА ЗАСОБАМИ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ

На початку ХХІ ст. все більш важливою стає проблема маніпулятивного впливу на соціум. Культурні досягнення демонструють основні здобутки людства в ході його еволюції. Поступово відбувається формування й становлення системи цінностей і норм, співзвучної уявленням того соціуму, у якому існує людина. Однак на соціокультурні явища сучасності досить активно впливають глобалізаційні тенденції, а також процес інформатизації суспільства. Внаслідок цього виникає новітня культура, властива інформаційному суспільству. Саме в ній інформація перетворюється як на інструмент впливу, так і на засіб маніпулювання свідомістю мас.

Слід зазначити, що вплив на суспільство не завжди має позитивний характер. Відповідно до того важливим аспектом проблеми є з'ясування наслідків дії масової культури, яка призводить до падіння духовно-моральних критеріїв розвитку людини та соціуму. Таким чином, у сучасному соціокультурному просторі розуміння масової людини має негативне забарвлення й потребує пояснення. Мається на увазі людина натовпу, пасивна за своїм стилем життя, позбавлена власної точки зору, з низьким рівнем духовного розвитку через певну втрату моральних орієнтирів.

До терміна «масова людина» дотичною є дефініція «масове суспільство». Дослідник Р. Войтович розглядає масове суспільство в якості форми соціальної організації на базі порівняння показників суспільного розвитку й застосування єдиної стандартної моделі поведінки [2]. Учений досліджує масове суспільство як новітню частину соціальної структури, що постала в результаті глобалізаційних змін, і відчула впливу стандартизації, вестернізації (переходу від історично сформованої

традиційної системи цінностей до ціннісної шкали західної цивілізації), а також механізмів управління суспільним розвитком.

Політична енциклопедія пропонує варіант визначення цього поняття як суспільної моделі, що віддзеркалює процес трансформації індивіда в масу й пов'язаний з укоріненням ринкових стандартів і цінностей (життєві блага, достаток, досягнення успіху, сімейне благополуччя, власний комфорт, усталеність та ін.) як набору факторів самодостатності, створених, пропагованих і представлених індивіду маскультурою [1, с. 124].

У контексті теорії масового суспільства масова культура досліджується як та, що властива масовій спільноті, а головними факторами її становлення є процеси індустріалізації й урбанізації, які спричинили руйнівний вплив на культуру. Зокрема, поширення обсягів промислового виробництва, підвищення щільності міського населення зумовлюють девальвацію традиційних цінностей. Внаслідок того втрачається тісний зв'язок із землею, природним середовищем; відбувається стирання меж близьких селянських спільнот; розповсюджується робота на механізованих заводських виробництвах [6]. Укоріненими нормами життєдіяльності стають відчуженість, прагматизм, індивідуалізм. Вони, у свою чергу, призводять до суттєвої втрати морально-духовних орієнтирів та появи масового суспільства й масової культури.

Масову культуру як інструмент навіювання й маніпулятивного впливу вивчав знаний австрійський психоаналітик З. Фрейд. На його думку, чимало членів суспільства у процесі споживання продукції маскультури зазнавали зараження цілеспрямовано продукованою для того ідеєю [12]. Як результат, у людей спостерігалася схожість мислення та втрата власної індивідуальності. Надалі вони перетворювалися на стандартну складову масового суспільства та розчавлювалися у ньому. У ході сприймання таких форм масової культури, як поп-музика або модна кінострічка, у слухачів (глядачів) вироблявся колективний настрій, що вело до формування людської маси, деякі члени якої, незалежно один від одного, демонстрували аналогічність мислення та однотипність. Так, стандартизація членів суспільства є цілком деструктивним впливом маскультури через втрату ними власної неповторності й самовдосконалення. Отже, індивіди втрачають шанс сформувати здорове, перспективне суспільство на основі якісного розвитку.

Маніпуляція масовою свідомістю тісно пов'язана і з її контролем, який містить три основні складові – контроль поведінки, контроль думок, контроль емоцій [5]. Зацікавлена особа здатна повністю відстежувати

поведінкову реакцію, хід думок і емоційний стан об'єкта впливу задля реалізації поставлених завдань, і завдяки засобам масової комунікації корегувати та дозувати інформацію.

Маскультура використовує цілий набір маніпулятивних засобів впливу, завдяки чому пронизує усі галузі розвитку людини, формуючи її смаки, естетичні уподобання та світоглядні засади. Оскільки вона є набагато простішою, наприклад, ніж традиційна національна культура, її продукцію засвоює значно більша кількість людей, а розважально-рекреаційний характер дозволяє масштабно тиражувати продукцію, що користується величезним попитом. Це дає можливість членам суспільства розслабитися – у стані задоволення на них легше цілеспрямовано вплинути, а також нав'язати певні конкретні думки.

Провідними методами маніпулятивного впливу маскультури на суспільство виступають переконання й навіювання. Переконання апелює до сприйняття індивідом навколишніх реалій критично та передбачає урахування таких умов:

- 1) логіка самого переконання має бути інтелектуально доступною об'єкту, на який здійснюється вплив;
- 2) у процесі переконання варто спиратись на відомі об'єкту факти;
- 3) наведена переконуюча інформація обов'язково повинна включати узагальнювальні пропозиції;
- 4) переконання має враховувати логічні конструкції, що не несуть у собі протиріч;
- 5) викладені факти повинні бути емоційно забарвленими [3].

У свою чергу навіювання зорієнтовано на суб'єктів з некритичним усвідомленням інформаційних повідомлень. Притаманними йому ознаками є:

- 1) конкретна спрямованість впливу і плановість щодо його проведення;
- 2) чіткий вибір об'єкта навіювання (вибірковий вплив на окреслені групи населення, що ураховує їх головні соціально-психологічні, національні та інші відмінності);
- 3) некритичне усвідомлення інформації об'єктом, на який спрямоване навіювання (тобто трансльована інформація сприймається без її логічного аналізу та пояснення);
- 4) конкретика ініційованої поведінки (надання об'єкту інструкції щодо передбачуваних варіантів рефлексії, які співвідносяться з метою впливу) [10].

На сучасному етапі маніпулювання за посередництвом масової культури стає ефективним способом управління спільнотою й методом прихованого, непомітного впливу на соціум.

Головні напрями дії масової культури в Україні на сьогодні виявляються переважно у таких сферах:

– через ЗМІ громадяни отримують інформацію про події в суспільстві з урахуванням власних інтересів, ангажуючи конкретні канали, через що формується думка спільноти відповідно до політики замовника;

– у системі стимулювання споживацького попиту (реклама, мода тощо) створюється бум навколо речей, ідей, послуг, що перетворює процес споживання соціального на самоціль;

– в індустрії формування іміджу має місце нав'язування певного стилю життя, образу мислення, властивих публічним персонам і зіркам;

– у галузі дозвільної діяльності відбувається спрощення літературних, музичних та інших запитів з метою задоволення невибагливих інтелектуальних уподобань масового споживача (комікси в художньому жанрі, популярна література, продукти шоу-бізнесу, комп'ютерні ігри тощо) [8].

Отже, масова культура має великий маніпулятивний потенціал, шляхом використання засобів якого чинить вплив на процес розвитку як особистості, так і соціуму в сенсі становлення морально-естетичних орієнтирів. Продукти масової культури через канали комунікації формують загальнолюдську свідомість та виконують роль ефективного інструмента маніпулювання масами.

Список використаних джерел:

1. Бушанський В. Політична енциклопедія / В. Бушанський. – К.: Парламентське видавництво, 2011. – 380 с.

2. Войтович Р. В. Глобальне масове суспільство як нова форма соціальної організації в сучасних умовах [Електронний ресурс] / Р. В. Войтович // Державне управління: теорія та практика. – 2006. – № 1. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/DUTP/2006-1>

3. Ендмюллер А. Техники манипуляции: распознавание и противодействие / А. Ендмюллер, Т. Вильгельм. – М., 2006. – 144 с.

4. Заярна О. Як переконати масову аудиторію: психологічні чинники ефективності пропаганди / О. Заярна // Нова політика. – 1999. – № 1. – С. 58–63.

5. Кара-Мурза С. Краткий курс манипуляции сознанием / С. Кара-Мурза. – М.: Алгоритм, 2003. – 285 с.

6. Лозниця С. А. Маніпуляція свідомістю: історико-культурні засади / С. А. Лозниця // Філософська думка. – 2008. – № 1. – С. 142–157.

7. Мінливості культури: соціологічні проєкції [наук. моногр.] / За ред. Н. Костенко. – Київ: Інститут соціології НАН України, 2015. – 440 с.

8. Мурсамітова І. А. Деякі аспекти впливу масової культури на формування і виховання естетичних ідеалів та смаків української молоді: Текст / І. А. Мурсамітова, Т. В. Гарбузюк // Пошуки і знахідки: матеріали наукової конференції ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет» (квітень, 2015). – Слов'янськ, 2015. – Вип. 15. – С. 110–113.

9. Соціальні практики масової культури: ідентифікаційний дискурс: монографія / О. Б. Сінькевич; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2015. – 359 с.

10. Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навч. посіб. / М. М. Присяжнюк, Л. Ф. Компанцева, Є. Д. Скулиш [та ін.]; ред.: Є. Д. Скулиша; Нац. акад. СБУ. – Київ, 2010. – 247 с.

11. Целякова О. М. Соціально-культурна трансформація сучасного українського соціуму / О. М. Целякова // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2015. – № 62. – С. 50–64.

12. Философский энциклопедический словарь / Ред. состав Е. Ф. Губский, Г. В. Кораблева, В. А. Лутченко. – М.: ИНФРА, 1997. – 1498 с.