

# ТОТАЛИТАРИЗМ И ТОТАЛИТАРНОЕ СОЗНАНИЕ



8

ВЫПУСК

*Майск 2010*

На мой взгляд, психологическая зависимость, психическая инфляция и дефляция являются главными признаками современного тоталитарного сознания, т.к. психическая зависимость обуславливается замкнутостью, низкой степенью рефлексивности; психическая инфляция и дефляция обуславливаются атрофией личности, компенсаторными процессами и т.д.

В эпоху глобализации, тоталитарное сознание присуще не одному региону, государству, народу или культуре. Процессы формирования тоталитарного сознания, как я писал выше, затрагивают многие мировые регионы (США, ЕС, страны Азии, страны Восточной Европы и т.д.). Компьютерные игры, приобретая массовый характер, выводят проблему тоталитарного сознания в виртуальную область, которая носит глобальный характер.

### **Литература**

1. Лапланш Ж. и Понталис Ж.-Б. Словарь по психоанализу /Пер. с франц. Н. С. Автономовой. – М.: Высш. шк., 1996. – 623 с.
2. Юнг К.Г. об архетипах //Аналитическая психология и психотерапия / Сост. и общая редакция В. М. Лейбина. – СПб.: Питер, 2001. – 512 с.
3. Юнг К.Г. Человек и его символы. /Пер. с англ. – СПб.: Б. С. К., 1996. – 454 с.

**Каплина О.С.**

### **ТЕЛЕВИДЕНИЕ КАК СРЕДСТВО ПОЛИТИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА МАССЫ**

Телевидение – одно из востребованных средств коммуникации в современном мире. В сфере политики телевидение широко используется как для саморекламы, так и для пропаганды. В связи с широким охватом населения телевизионной сетью, повсеместным распространением спутникового телевидения, а также большим количеством телепрограмм аудитория становится объектом борьбы между каналами. Не менее актуальна проблема эффективности влияния телевидения на аудиторию и для политиков, выбирающих телевидение как одно из средств ведения пропаганды в предвыборной борьбе. От того, как настроена аудитория, от её психологических особенностей зависит успешность пропагандистской деятельности на телевидении.

Эффективность влияния телевидения на аудиторию определяется совпадением полученного эффекта с поставленной целью, следовательно, не каждый полученный эффект свидетельствует об эффективности работы СМИ [12, с. 316]. Таким образом, нельзя однозначно говорить о

всемогушестве телевидения, но нельзя не учитывать его весомую роль в обеспечении высоких рейтингов политических соперников.

В теории политической коммуникации можно выделить два подхода, которые по-разному определяют её структуру. Согласно субъект-объектному подходу активным субъектом выступает только сам источник (в нашем случае это телевидение), а аудитория представлена в виде пассивного объекта. Данный подход характеризует явно пропагандистскую направленность работы телевидения и представляет аудиторию как безусловно подверженный внушению объект. Согласно субъект-субъектному подходу зритель выступает целью коммуникативного процесса. Современная аудитория имеет возможность выбирать те передачи, которые отвечают её потребностям, а пассивные аудитории, готовые принимать любые сообщения, уходят в прошлое [9, с. 298]. «Но нельзя абсолютизировать активную роль реципиента в процессе коммуникации, поскольку состояние его сознания, восприятие информации зависят от объективных условий и социальных отношений» [6, с. 12-13]. Таким образом, мы можем говорить о влиянии телевидения на аудиторию как при субъект-объектной, так и при субъект-субъектной модели коммуникационного процесса.

Эффективность влияния телевидения на аудиторию может зависеть от множества объективных и субъективных условий. Одним из объективных факторов является доступность. Доступность информации зависит от таких аспектов как «физиологический (человек должен хорошо видеть и слышать, чтобы воспринять информацию), временной (время, которое человек мог бы уделять восприятию информации), физико-технический (должны быть соответствующие географические условия, уровень развития сети теле- и радиовещания), финансовый (владение данным средством информации должно быть доступно по стоимости), семиотический (владение системой знаков – языком данного средства информации)» [10, с. 72].

К субъективным факторам, обуславливающим эффективность восприятия информации, относятся мотивы обращения к СМИ, такие как: 1) потребность в информации; 2) потребность общения с другими людьми (контакт в различных вариантах), 3) потребность в развлечении (эмоциональная разрядка) [1, с. 84]. На предпочтения аудитории действует такая специфическая черта СМИ как способность быть актуальным. Горячие, актуальные темы в массовом сознании связаны, прежде всего, с политическим. Человек ждёт от телевидения ответы на вопросы, волнующие его сегодня [8, с. 149]. Таким образом, эффективность влияния телевидения зависит во многом от частоты обращений аудитории к источнику информации, что в свою очередь обусловлено объективными и субъективными факторами.

Важным моментом в осуществлении политического воздействия на массы посредством телевидения является двухступенчатый характер распространения информации. Идеи, исходящие из источника информации, изначально попадают в сознание лидеров мнений, а уже через них – к менее активным частям населения. Так, вместе с передачей происходит и взаимовлияние, так как лидеры мнений излагают собственные версии увиденного, сопровождающиеся их собственным видением проблемы [12, с. 322-323]. На уровне отдельной личности политическая информация, поступающая с телеэкранов, не играет значительной роли, но, проникая в группы, посредством обсуждений она способна оказывать значительное влияние на аудиторию [7, с. 235]. Таким образом, мы не можем отрицать влияния телевидения на формирование политических взглядов у масс.

Главное преимущество телевидения заключено в самой его природе – это наличие «картинки», видеоряда, что придаёт телевидению ни с чем не сравнимую эмоциональность [9, с. 304]. Телевидение унаследовало черты как радио, так и газеты, оно соединило в себе одновременно и зрительное и слуховое восприятие и характеризуется оно как аудиовизуальный канал. Передача сопровождаемых звуком изображений получила название экранность. Благодаря экранности, телевизионные образы воспринимаются непосредственно, чувственно [8, с. 181].

Телевидение широко использует приём прямого эфира, создавая «эффект присутствия». Тем самым передавая образ происходящего в настоящий момент именно таким, какой он есть, а зритель, наблюдая за происходящим на экране, отождествляет себя с очевидцами того или иного события. Телевидение предоставляет равные возможности жителям сёл, посёлков, деревень смотреть и слушать трансляции важных политических, культурных и спортивных событий в разных уголках страны. [3, с. 70]. Здесь у телеаудитории срабатывает удивительный для здравого смысла принцип «Я видел – значит, это правда» [9, с. 304]. Нельзя не отметить и такую черту телевидения как оперативность в передаче информации, что делает его востребованным для аудитории [9, с. 304]. Таким образом, аудиовизуальность, оперативность, способность телевидения сильно воздействовать на эмоциональную составляющую человека являются его специфическими чертами. Именно это делает телевидение наиболее привлекательным источником информации не только для массовой аудитории, но и для политиков, использующих телевидение в качестве инструмента в политической борьбе.

За время своего существования телевидение разработало различные методы и средства воздействия на публику. Выполняя заказ элиты на осуществление эффективной пропаганды, журналисты постоянно осваивают действенные средства и методы. Достаточно эффективным является метод фрагментации событий и клипмейкерства. Он заключается

в преднамеренной подаче информации единым потоком, не позволяющим устанавливать закономерность и осмысливать происходящее. У телезрителя нет времени критически воспринимать информацию, ему остаётся фиксировать некоторые фрагменты и верить «на слово» комментатору. Такой метод выступает формой психопрограммирования массового сознания [4, с. 271-272].

Другим действенным методом политического воздействия является технология изменения смысла слов или семантическое манипулирование. Здесь происходит тщательный отбор слов, терминов, вызывающих позитивную, либо негативную реакцию. С другой стороны, из обрывков видеоряда создаётся такое сообщение, в котором сказанные ранее слова меняют свой смысл и, тем самым, меняется контекст всего сообщения, не имеющего с действительностью ничего общего [3, 284]. Данный метод подходит для создания антирекламы против политических соперников. К семантическому манипулированию можно отнести приём «забрасывания грязи» - «это система таких определений и метафор, которые дают объекту крайне негативную этическую окраску» [4, с. 272]. Это прием открытой, агрессивной борьбы политических соперников, но действенный потому, что яркие метафоры надолго закрепляются в сознании масс.

Метод упрощения и стереотипизации обращён к бессознательной стороне психики человека. Процесс восприятия информации – это всего лишь подгонка неизвестного явления под известную устойчивую формулу – стереотип. Люди, мыслящие стереотипами, перестают опираться даже на свои собственные устои, потому что за стереотипами эти устои становятся неразличимыми [3, 288]. В этом случае люди перестают мыслить критически и воспринимают политическую информацию в том виде, в каком она поступает от комментатора.

Близким к методу упрощения является метод исторических аналогий, строящийся на принципах антиисторизма, сравнениях и слухах, где обращение к стереотипам, к политическим образам, вызывает у аудитории определённые ассоциации, положительную или отрицательную реакцию [4, с. 272]. Следовательно, метод упрощения становится достаточно действенным в сочетании с приёмами утверждения и повторения. Утверждение выступает как приказ к восприятию сообщаемой политической информации без возражения, а повторение притупляет рассудок и воздействует на бессознательные механизмы психики. При многократном повторении стереотипы усиливаются до устойчивых предрассудков, чего в своих выступлениях и добиваются политики [3, с. 289-290].

Важным методом, используемым на телевидении, довольно часто является дробление и срочность информации [3, с. 290-294]. Часто программы новостей, сообщающие большую часть политической информации, дробятся срочными или сенсационными сообщениями.

Такого рода заявления придают сообщаемой информации важность, уникальность, переключается внимание публики, а предыдущая информация почти полностью растворяется или теряет значимость.

К числу часто используемых относится метод дезинформации, псевдособытия или метод провокаций. Провокация всегда имеет свою цель, объект и форму осуществления. Она имеет свой сценарий и псевдодокумент текст. Обманный документ (текст) содержит элементы правды, чтобы сохранить веру адресата в правдивость сообщения. Так происходит скрытое манипулирование, которое может осуществляться также и путём замалчивания неудобной информации, ложной интерпретации событий, а также ссылками на сфабрикованные опросы [5, с. 296-297].

Таким образом, методы манипулирования и пропаганды на телевидении разнообразны, они обращены как к сознательной, так и подсознательной стороне психики. Это определяет достаточно активное использование телевидения как эффективного инструмента манипулирования в современной политике.

В настоящее время помимо прямого влияния телевидения на сознание масс при помощи выше описанных приёмов и методов, можно говорить и о косвенном телевизионном контроле над обществом. Косвенному контролю способствует сегодня цифровое разделение населения страны. В России далеко не все населенные пункты имеют возможность получить доступ к кабельному, цифровому телевидению. Так, у людей, проживающих в удалённых уголках, либо не имеющих материальных возможностей воспользоваться кабельным телевидением, нет выбора между каналами, они имеют возможность смотреть только государственные каналы, которые вещают на всей территории страны. Следовательно, получают одностороннюю информацию, касающуюся исключительно лояльных по отношению к сегодняшней политической системе акторах. И сегодня можно говорить о том, что ситуация, складывающаяся в России относительно политического контроля посредством телевидения, является серьёзной преградой на пути становления демократического общества.

### Литература

1. Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. - М.: Изд-во МГУ, 1991. - 127 с.
2. Егоров В.В. На пути к информационному обществу. - М.: ИПК работников телевидения и радиовещания, 2006. - 192 с.
3. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. - М.: Изд-во Эксмо, 2007. - 864 с.

4. Корконосенко С.Г. Журналистика в мире политики: Исследовательские подходы и практика участия. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004. - 448 с.
5. Макаревич Э., Карпухин О. Игры интеллигентов или социальный контроль масс. М.: Изд-во Эксмо, 2003. - 480 с.
6. Мельник Г.С. MASS-MEDIA: Психологические процессы и эффекты. -СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 1996. - 160 с.
7. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс. / Пер. с фр. - М.: «Центр психологии и психотерапии», 1998. - 480 с.
8. Мрочко Л.В. Теория и практика массовой информации: учебное пособие. -М.: Флинта: МПСИ, 2006.
9. Ольшанский Д.В. Психология масс. - СПб.: Питер, 2001. - 368 с.
10. Социология журналистики. /Под ред. проф. Е.П. Прохорова. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981.- 232 с.
11. Средства массовой информации России: Учеб. пособие для студентов вузов /М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова, Е.Л. Вартанова и др.; Под. ред. Я.Н. Засурского. - М.: Аспект Пресс, 2006. - 380 с.
12. Фомичева И.Д. Социология СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / И.Д. Фомичева. - М.: Аспект Пресс, 2007.

**Оскирко А.М.**

## **ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПРАЗДНИК КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ТОТАЛИТАРНОГО СОЗНАНИЯ**

Формирование тоталитарного сознания через политический праздник это эффективная политтехнология, открывающая ряд возможностей для политических сил (создание новой политической реальности, легитимации власти, создание положительного образа политического лидера, пропаганда политических идей и т.д.) Поэтому изучение процесса формирования тоталитарного сознания в обществе через политический праздник имеет большое значение и с точки зрения теории, и с точки зрения практики. Любая политическая власть (вне зависимости от того демократическая она или же тоталитарная) стремится сохранить status quo, для сохранения этого статуса она готова использовать любые средства. Таким эффективным средством является формирование тоталитарного сознания в обществе.

Говоря о тоталитарном сознании, мы подразумеваем сплочение несвязанных между собой субъектов вокруг кокой либо идеи (преимущественно политической) и выделения из их числа субъекта-лидера, который становится для них примером и олицетворением