

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (РГСУ)



На правах рукописи

КОПИЧНИКОВА Анастасия Павловна

***Манипулирование мнением и поведением
российского электората
(политологический анализ)***

Специальность 23.00.02 Политические институты, этнополитическая
конфликтология, национальные и политические процессы и технологии

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

МОСКВА – 2005

Работа выполнена на кафедре политологии и политической психологии
Московского государственного социального университета (РГСУ)

Научный руководитель: Дмитриев Анатолий Васильевич -
член-корреспондент РАН,
доктор философских наук, профессор

Официальные оппоненты: Ирхин Юрий Васильевич -
доктор философских наук, профессор

Анисимова Светлана Александровна -
кандидат политических наук

Ведущая организация: Институт социально-политических исследований -
ИСПИ РАН

Защита состоится «13» апреля 2005г. в 14 часов на заседании
диссертационного совета Д.224.002.02 по историческим и политическим
наукам в Московском государственном социальном университете (РГСУ) по
адресу: 129256, г. Москва, ул. Вильгельма Пика, д.4, корп. 2, диссертационный
зал.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Московского
государственного социального университета (РГСУ) по адресу: 129256,
г. Москва, ул. Вильгельма Пика, д.4, корп.3.

Автореферат разослан «12» марта 2005г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
доктор философских наук,
профессор



Г.И. Авцинова

2005-4
33863

2002965

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИССЕРТАЦИИ

Актуальность темы исследования.

Выборы в органы государственной власти и местного самоуправления – являются неотъемлемой частью политического процесса. Они предоставляют гражданам возможность оказывать влияние на политическую власть в стране, создают объективные предпосылки изменения политической системы, трансформации структуры государственного управления, смены политических элит и лидеров.

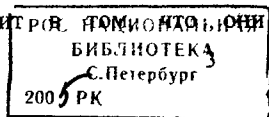
Избирательный процесс затрагивает практически все социально-политические институты государства и общества. Выборы в органы исполнительной и законодательной власти проходят на федеральном, региональном и местном уровнях, представляя собой способ осуществления легитимации власти.

Процедура выборов в современной России, призванная регулировать и регламентировать порядок проведения избирательных кампаний, за последнее время претерпела ряд изменений. Это касается, например, избрания кандидатов на пост губернатора. Принятые в конце 2004г. поправки к закону о выборах глав регионов лишают электорат права самостоятельно выбирать губернатора, и предоставляют еще больше возможностей для развития манипулятивных технологий.

Тема политических манипуляций и их проявления на различных этапах политического процесса на сегодняшний день стала одной из наиболее актуальных и обсуждаемых тем. Манипулирование представляет собой сложную многогранную проблему и требует постоянного изучения. Игнорирование негативных последствий манипулятивного воздействия препятствует установлению конструктивных отношений между властью и обществом в современной России.

В качестве категории политологии, манипулирование характеризуется многими авторами как *система средств и способов идеологического, и социально-психологического воздействия на общественное мнение и политическое поведение с целью навязывания определенных идей, ценностей заданной направленности*. Изучение проблем политического манипулирования массами началось в 30-е гг. XX в. в США.

Способов манипулирования много. Особенности политических манипуляций состоят в том, что они совершаются для достижения



определенных политических целей и имеют *политические последствия* для всего общества.

Процесс манипулирования определяется как недопустимый или неэтичный, если он связан с прямым обманом потребителей информации (использование заведомо ложных цифр и фактов), воздействием на подсознательные инстинкты (скрытые вставки в теле-, видео-, кинопрограммах, компьютерных файлах), оскорблением лиц или организаций, дискредитацией товарных брендов и услуг. Сегодня в России можно найти множество подтверждений прямого манипулирования мнением и поведением людей, в том числе и в период выборов, но противодействия с чьей-либо стороны этому процессу практически не оказывается. Политики манипулируют не только сознанием электората, но и друг другом. При этом эффективность политических манипуляций достигается благодаря их проявлению на разных уровнях воздействия – межличностном, групповом, массовом. Особую роль в осуществлении целенаправленного воздействия на массовую аудиторию играют СМИ. В условиях рынка многие радиостанции, каналы телевидения, газеты и журналы включены в состав информационных холдингов, финансирование которых осуществляют крупные монополисты, заинтересованные в лоббировании через СМИ исключительно своих политических интересов.

Последствия игнорирования проблемы манипулирования мнением и поведением российского электората могут стать необратимыми и превратиться в серьезную преграду на пути демократических преобразований в стране. Арсенал манипуляции, используемый сегодня в России, богат. В условиях низкого уровня политической культуры, образованности и гражданской ответственности российского общества, это может привести к разрушению демократических основ общества посредством манипулятивных технологий.

Выборы как институт выражения и реализации всеобщего интереса требуют длительной и кропотливой работы по созданию соответствующей социальной, политической и правовой инфраструктуры, обеспечивающей равный доступ политических субъектов к избирателям, доступ избирателей к объективной и независимой информации о политических субъектах, а также формирования системы политических ценностей, обеспечивающей общественное согласие относительно правил политической деятельности. Только в этом случае на выборах можно избежать манипулирования

электоральным поведением, выборы станут каналом свободного волеизъявления граждан.

Степень научной разработанности проблемы

Исследованием политических манипуляций, их сущности, особенностей формирования, роли в избирательных кампаниях занимались многие ученые, поэтому степень разработанности проблемы на сегодняшний день достаточно высока. Можно выделить несколько направлений изучения разных аспектов данной проблемы.

Методологические основы структурно-функционального анализа политического поведения, а также структурные компоненты управления и манипулирования общественным сознанием разрабатывались рядом представителей западной социологической школы в конце XIX – начале XX века. Наиболее значимыми в области исследования проблем формирования общественного мнения, массового поведения стали работы таких специалистов, как: *Г. Лебон*, *С. Московичи* и *Г. Тард*, являющиеся родоначальниками «психологии толпы». Для рассмотрения понятия массового сознания они исследовали категории «подражание», «заражение» и «приспособление», как источники спонтанного поведения социальных групп. В раскрытии интересующей нас проблемы большую роль сыграли также работы *Х. Арендт*; *Х. Ортега-и-Гассет*, которые определили особую роль понятий «массы» и «толпа» в формировании массового сознания¹.

Изучению особенностей формирования, проявления и роли общественного мнения, а также манипулирования посвятили свои работы *Г. Маркузе*, *А. Де Токвиль*, *Г. Шиллер*.

П. Бурдье, *У. Липман*, *Н. Луман*, *Р.-Ж. Шварценберг* в своих работах исследователи ряд характерных приемов воздействия на общественное мнение; а работа *Э. Нозль-Нойман* посвящена рассмотрению существующих концепций общественного мнения. *У. Рикер*² активно пропагандировал необходимость владения навыками манипуляции каждому политику.

¹ *Арендт Х* Массы и тоталитаризм. // Вопросы социологии, 1992 Т 1, № 2, *Ортега-и-Гассет Х* Восстание масс // Вопросы философии 1989 № 3, *Лебон Г* Психология народов и масс Санкт-Петербург, 1995, *Tarde G* Communication and Social Influence Chicago – London, 1969, *Московичи С* Исторический трактат по психологии масс Век толп / Пер с фр Т П Емельяновой – М Изд-во «Центр психологии и психотерапии», 1996.

² *Р. Ж. Шварценберг* Политическая социология Пер с фр, в 3-х частях М., 1992, *Нозль-Нойман Э* Общественное мнение Открытие молчания Пер с нем / Общ ред и предисл Мансурова Н С – М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996, *Шиллер Г* Манипуляторы сознания / Пер с англ и научное ред Я Н Засурский – М «Мысль», 1980, *Бурдье П* Социология политики М., 1993, *Маркузе Г* Одномерный человек М., 1994; *Токвиль А де* Демократия в Америке Кн 1. М., 1992, *Рикер У* Искусство политической манипуляции, 1986 См также *Блумер Г* Коллективное поведение // Психология масс Самара, 1998; *Московичи С* Машина,

В американской политической науке сложилось несколько подходов в изучении политического поведения избирателей (социологический, социально-психологический и рационально-инструментальный), сторонниками которых стали: *Б Берельсон, П Лазарсфельд, Г Рамонд, Т Паттерсон, С Финкель; Ф Конверс, Э Кэмпбелл, Г Лассуэлл, Д Сток; М Богран, Э Даунс, М Лавер, М Либх, М Фиорина*³.

Труды зарубежных ученых оказали существенную помощь в исследовании теоретико-методологических основ манипулирования мнением и поведением электората.

В отечественной литературе процессы массовизации сознания стали предметом анализа в начале XXв. Философ и идеолог *Г.В. Плеханов*, в 1908 году разрабатывал проблему политической пропаганды и связывал ее манипулятивный характер с особенностями классового мировоззрения буржуазии⁴. Интерес представляет его подход к определению «общественной психологии» в структуре общественного сознания. Отдельного внимания заслуживают работы наиболее известных советских специалистов *Б.А. Грушина* и *А.К. Уледова*⁵, ставших своеобразными классиками в области изучения «массового» и «общественного» сознания. Подход к определению содержания понятий «массовое сознание» и «массы», обозначение их предметной сферы были представлены ими наиболее последовательно. Особое место занимают работы *М.К. Горшкова*⁶ в которых поднимается вопрос о сущности, специфике формирования и проявления общественного мнения, проблеме отражения трансформационных процессов в массовом сознании россиян. Диссертант отмечает немаловажную роль в раскрытии проблемы, которую играют работы *И.Г. Дубова* (о ментальности и специфике сознания больших групп населения России), *Д.В. Ольшанского* (о роли массовых настроений и масс как особых объединений людей в переходное время), *Е.Б. Шестопал* (об особенностях

творящая богов / Пер с фр – М Изд-во «Центр психологии и психотерапии», 1998, *Шумпетер Й* Капитализм, социализм и демократия М, 1995 и др

³ *Политическая наука* новые направления / Пер с англ М.М. Гурвица, А.Л. Демчука, Т.В. Якушевой Науч. ред. Шестопал Е.Б. – М. Вече, 1999.

⁴ *Плеханов Г.В.* Избр. филос. произведения В 5 т. М, 1956

⁵ *Уледов А.К.* Структура общественного сознания. Теоретико-социологическое исследование – М.: Изд-во «Мысль», 1968, *Он же* Духовная жизнь общества – М., 1980; *Грушин Б.А.* Массовое сознание: опыт определения и проблемы исследования – М. Политиздат, 1987

⁶ *Горшков М.К.* Общественное мнение: история и современность – М. Политиздат, 1988, *Он же* Российское общество в условиях трансформации – М., 2000

русской ментальности и о роли личности в политике), а также *Э.Я. Баталова, И.Н. Гомерова и Ф.Э. Шереги*⁷.

Становление института выборов в качестве основного способа формирования власти в большинстве стран вызвало необходимость их исследования как политического явления, заставило ученых по-новому взглянуть на изучение механизмов формирования и функционирования избирательных кампаний и способов управления массовым сознанием электората. Поэтому особым направлением научного исследования стал анализ технологических приемов, используемых в ходе избирательной кампании. Отечественные специалисты, почувствовавшие определенную неудовлетворенность западной литературой, адаптированной к российским политическим реалиям, опубликовали в конце 90-х - начале 2000-х годов ряд новых исследований. В работе диссертант выделяет следующих авторов: *Г.И. Авцинову; Г.В. Голосова; Е.Л. Доценко; Т.М. Зуеву; С.Г. Кара-Мурзу; О. Карпухина; Б.И. Краснова; А.И. Ковлера; Э. Макаревича; А.А. Максимова; П.Я. Мешкова; Е.Г. Морозову; И.Н. Панарина; Г.Г. Почепцова; В.В. Смолякову; А.И. Соловьева; С.В. Устищенко; А.М. Цуладзе*; а также коллективную работу «Манипулятивные технологии в избирательных кампаниях России» / Автор. коллектив: *Горбачев М.И., Горнакова О.М., Горанский А.Н., Колесников А.Н., Рожкова Е.А.*⁸

⁷ *Дубов И.Г.* и др. Ментальность россиян – М., 1997; *Гомерова И.Н.* Структура и свойства власти. – Новосибирск, 2000, *Он же* Государство и государственная власть – М. ЮКЗА, 2002, *Шестопал Е.Б.* Личность и политика критический очерк современной западной концепции политической социализации – М., 1988, *Она же* Психологический профиль российской политики 1990-х Теоретические и прикладные проблемы политической психологии – М. РОССПЭН, 2000, *Ольшанский Д.В.* Массовые настроения переходного времени // Вопросы философии 1992 № 4, *Баталов Э.Я.* Политическая культура современного американского общества – М. Наука 1990; *Шереги Ф.Э.* Социология политики прикладные исследования – М. Центр социального прогнозирования, 2003.

⁸ *Кара-Мурза С.Г.* Краткий курс манипуляции сознанием – М. Алгоритм, 2002, *Он же* Манипуляция сознанием – М. Изд-во Эксмо, 2003, *Авцинова Г.И., Краснов Б.И., Сосина И.А.* Анализ, прогноз, технологии Учебное пособие – М. РИЦ МГСУ, 2002, *Морозова Е.Г.* Политический рынок и политический маркетинг концепции, модели, технологии М. РОССПЭН, 1999; *Панарин И.Н.* Информационная война и выборы. – М. Изд-кий Дом «Городеш», 2003, *Почепцов Г.Г.* Информационно-политические технологии. – М. Центр, 2003, *Он же* Пропаганда и контрпропаганда – М. Центр, 2004; *Избирательные технологии и избирательное искусство* Сб. статей / Под общ. ред. Устищенко С.В. – М. РОССПЭН, 2001, *Смолякова В.В.* Избирательные кампании воздействие на общественное сознание // Сб. научных статей «Актуальные проблемы политики и политологии в России», М. Изд-во РАГС, 2000, *Доценко Е.Л.* Психология манипуляции феномены, механизмы и защита – Москва «ЧеРо» 1997; *Голосов Г.В.* Поведение избирателей в России теоретические перспективы и результаты региональных выборов // ПОЛИС 1997 № 5, *Макаревич Э., Карпухин О.* Игры интеллигентов, или Социальный контроль масс – М. Изд-во Эксмо, 2003, *Цуладзе А.М.* Политические манипуляции, или покорение толпы – М. Книжный дом «Университет», 1999, *Он же* Большая манипулятивная игра. – М. Алгоритм, 2000, *Ковлер А.И.* Избирательная кампания организация и методы работы с избирателями – М., 1995, *Он же* Избирательные технологии: российский и зарубежный опыт – М. Институт государства и права РАН, 1995 *Манипулятивные технологии* в избирательных кампаниях России (в 2-х томах) / Авт. коллектив Горбачев М.И., Горнакова О.М., Горанский А.Н., Колесников А.Н., Рожкова Е.А. – М. Изд-во «Красные ворота», 2003 См. также *Грачев Г.В., Мельник И.К.* Манипулирование личностью – М. «Эксмо», 2003, *Петропавловский Н.Н., Ситников А.П.* Путь к власти – М., 1996, *Политический имидж «секреты»*

В работах этих авторов исследованы основы формирования общественного мнения и массового поведения, закономерности возникновения электоральных предпочтений, особенности политических технологий, распространения агитации и пропаганды в выборные периоды, также выявляются приемы политического манипулирования и методы противодействия манипуляциям. Однако, несмотря на значительный объем методологических и эмпирических исследований по данной проблеме, остаются малоизученными различные факторы мотивации и модели электорального поведения на федеральном, региональном и местном уровнях выборов, специфика формирования общественного мнения в ситуациях переходного периода, а также механизмы защиты избирателей от негативных последствий манипулятивного воздействия.

Проведение выборов на демократической основе, становление гражданского общества в России и создание эффективных методов управления электоральным поведением граждан вызвало потребность теоретического осмысления отечественного опыта. Учитывая особенности модернизационного характера развития России за довольно короткий период, нельзя упускать из вида также и тот факт, что демократические преобразования в нашей стране начались уже в информационную эпоху.

Опыт российских избирательных кампаний последних лет показывает, что все труднее обеспечить явку избирателей, растет число тех, кто голосует против всех кандидатов, падает удельный вес молодежи среди избирателей, что свидетельствует о растущем недоверии людей к политическим выборам, об апатии и психологической «усталости». Усиливается негативизация последствий манипулятивных приемов, применяемых многочисленными PR-агентствами и средствами массовой информации.

Современный политический рекламный рынок требует более высокого профессионального уровня специалистов, новых и эффективных политических технологий. Стимулирующим фактором является и обострившаяся конкуренция между центрами, которые специализируются на этом специфическом виде деятельности. Следовательно, в борьбе победят структуры, способные предоставить реальные доказательства эффективной и

результативной работы, опирающейся на новейшие технологии и научные разработки.

Сравнивая западную и отечественную научную литературу о методах манипулирования общественным сознанием можно отметить, что российские исследования по этой проблеме в количественном отношении уступают зарубежным, особенно американским. Целостный и системный анализ содержания, особенностей, тенденций и механизмов манипулятивного воздействия на мнение и поведение российского электората требует разработки.

Гипотеза исследования:

Манипулирование мнением и поведением российского электората существенно влияет на становление института выборов, вызывая деформацию демократических основ российского общества. Требуется всестороннее расширение взаимодействия всех субъектов по нейтрализации негативных последствий манипулятивного воздействия.

Объект исследования

Манипулирование мнением и поведением российского электората, как сложный многосоставный и полифункциональный процесс.

Предмет исследования

Выявление динамики, тенденций манипулятивного воздействия на мнение и поведение российского электората, и особенностей формирования манипулятивных технологий.

Цель исследования:

Выявление сущности, содержания и причин активизации манипулирования мнением и поведением российского электората, определение специфики формирования и проявления политических технологий манипулирования, выработка рекомендаций по ослаблению и минимизации негативных последствий данного процесса.

Задачи исследования:

- ❖ исследовать сущность, содержание, специфику формирования и проявления манипулирования мнением и поведением электората в современной России;
- ❖ выявить основные тенденции и выделить факторы влияющие на динамику распространения манипулятивных технологий;
- ❖ раскрыть приемы манипулирования мнением и поведением электората;

- ❖ определить направления минимизации негативных последствий манипулятивного воздействия;
- ❖ обобщить и систематизировать представления об основных механизмах противодействия политическим манипуляциям.

Теоретико-методологическую базу исследования составляет совокупность общенаучных и специальных методов, а также комплексный политологический анализ трудов зарубежных и российских авторов, который предопределил направленность, ракурс и методологическое обеспечение всех этапов исследования, позволил использовать системный подход при выявлении социальной и политической специфики массового поведения и сознания российского электората.

К теоретико-методологической основе относятся также научные положения теорий электорального поведения, избирательной системы, политического манипулирования, массового сознания и общественного мнения. Они позволили обобщить факторы, влияющие на активизацию манипулятивного воздействия, выявить его тенденции и динамику.

Важную теоретико-методологическую роль сыграли понятия: «масса», «общественная психология», «политическое сознание», «ментальность», «электоральное поведение», «политическая агитация и пропаганда», «политическая реклама», позволившие комплексно изучить манипулирование мнением и поведением электората, причины и последствия его распространения.

В число применяемых общенаучных методов вошли: психологические (раскрывающие эмоционально-чувственную детерминацию политических действий человека) и социологические (объясняющие политические действия людей с точки зрения различных параметров их общественного положения - социальных ролей, статуса и т.п.). Был проведен контент-анализ ряда периодических изданий. При этом широко использовались также описательные, качественные и иные методы (исторический, нормативный, структурно-функциональный, институциональный и др.), позволяющие выстроить представление о проблеме в политологическом контексте.

Эмпирической базой диссертационной работы стали результаты общетеоретических и социологических исследований зарубежных и отечественных философов, социологов, психологов и политологов, а также современных теоретиков и практиков, обратившихся к теме массового

сознания, формирования и функционирования общественного мнения и поведения, манипулирования в ходе избирательных кампаний. Автором проанализированы и использованы в работе данные научных центров и организаций, изучающих общественное мнение (ВЦИОМ, ВЦИОМ-А, ФОМ, АРПИ, РОМИР), в том числе ресурсы, размещенные на Интернет-сайтах (www.strana.ru; www.indem.ru; www.POLIT.ru; www.vybory.ru и др.).

Научная новизна исследования определяется целью и задачами исследования, заключается в том, что, диссертант на основе комплексного политологического анализа, эмпирических исследований, выявил устойчивые тенденции и основные причины активизации манипулирования мнением и поведением российского электората. В работе сформулирован ряд рекомендаций по выработке механизмов противодействия манипулированию, которые необходимо применять для создания равных условий претендентам, участвующим в предвыборной кампании; обеспечения правовой защиты кандидатов и избирателей; формирования моральных предпосылок, препятствующих манипулированию; обучения кандидатов и избирателей приемам индивидуальной защиты от манипулятивного влияния. В том числе представлена авторская трактовка системы взаимосвязи элементов структуры общественного сознания, и построения типологии манипулирования. Диссертант, определил, что манипулятивная способность держать людей в повиновении в последнее время актуализировалась и приобрела на российской почве характерные особенности электорального поведения россиян.

Достоверность и обоснованность результатов исследования обеспечиваются:

- теоретико-методологическим обоснованием процедур изучения социально-политических явлений и процессов;
- применением научных методов анализа источников;
- использованием репрезентативных статистических и эмпирических данных, позволивших сделать аргументированные выводы.

Положения, выносимые диссертантом на защиту.

1. Системный подход в определении сущности и специфики манипулирования мнением и поведением российского электората, позволил выявить тесную взаимосвязь между происходящими процессами демократических преобразований и формированием социально-политической специфики массового сознания.

2. Выявленная тенденция негативного воздействия манипуляций на общественное мнение и поведение российского электората обусловлена развитием рыночной экономики, частной собственности, возникновением процессов массовизации и атомизации в обществе, под влиянием которых образуются массы, формируются феномены массового сознания и общественного мнения.
3. Динамика распространения влияния манипулятивных технологий на мнение и поведение электората свидетельствует о слабом правовом регулировании процесса политических выборов в России. Автор полагает, что манипуляция способствует масштабной криминализации властных структур, так как активное использование финансового и административного ресурсов ставит кандидатов в неравное положение и существенно влияет на результат выборов. Изменить сложившееся положение позволит выработка механизма жесткого правового регулирования и прямого контроля со стороны государства за порядком финансирования избирательных кампаний кандидатов, соответствием предвыборных рекламных обещаний и реальной деятельностью выборных органов.
4. Эффективность защиты электората от прямого или косвенного воздействия манипулятивных технологий в период предвыборной борьбы будет достигнута только в том случае, когда будет принят необходимый комплекс мер по созданию инфраструктуры различных объединений избирателей (клубы, общества, союзы, собрания, функционирующие на постоянной и добровольной основе), благодаря которым возрастет роль политических выборов как демократического института.
5. Механизм противодействия манипуляции заключается в повышении уровня социальной стабильности, политической культуры и образованности, гражданской ответственности общества. Это наряду с правовым регулированием выборной сферы, деятельности политехнологов, и с учетом ряда других социально-политических факторов, позволит предотвратить возникновение политических кризисов подобных критически опасному политическому кризису, произошедшему на Украине в ноябре-декабре 2004г во время президентских выборов.

Теоретическая и практическая значимость исследования.

Разработанная в диссертации концепция манипулирования мнением и поведением российского электората существенно дополняет имеющиеся по

данной проблематике исследования. Полученные теоретические выводы и рекомендации позволяют оптимизировать представления об изучаемой проблеме, найти пути минимизации негативных последствий манипулирования, могут содействовать совершенствованию избирательной системы, практической деятельности органов государственной власти и др. политических институтов. Материалы исследования могут быть использованы при подготовке и проведении избирательной кампании, а также разработке лекционного и практического курса для преподавания по специальности «Политология».

Апробация диссертационной работы.

Основные положения диссертации нашли отражение в 5 научных публикациях автора общим объемом 4,2 п.л.; в выступлениях на международных и межвузовских научно-практических конференциях, методологических семинарах аспирантов; проведении семинарских занятий у студентов 2 и 3 курсов, обучающихся на специальности «Политология» в РГСУ, а также организации работы круглого стола «Электоральная ситуация в России: взгляд студенчества», проходившего в рамках Недели студенческой науки «Российская молодежь в XXI веке» (19-23 апреля 2004г.). Автор принимал непосредственное участие в работе участковой избирательной комиссии г. Москвы по проведению выборов депутатов ГД РФ и президента РФ 2003-2004гг.

Структура диссертации

Работа состоит из введения, трех разделов, заключения, списка источников и литературы, и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении раскрывается актуальность проблемы, анализируется степень ее научной разработанности, формулируется гипотеза, определяется объект и предмет исследования, цель и задачи исследования, характеризуется теоретико-методологическая и эмпирическая базы работы, степень ее научной новизны, а также обосновывается теоретическая и практическая значимость исследования, и обозначаются основные положения, выносимые диссертантом на защиту.

Раздел I. «Теоретико-методологические основы исследования манипулятивного воздействия на мнение и поведение российского электората» содержит определение круга проблем, связанных с

исследованием и анализом теоретико-методологических подходов к изучению понятия «манипулирование», а также «массовое сознание» и «общественное мнение». Особое место занимает анализ структуры, сущности и содержания понятий «манипуляция», «масса», «толпа», «общественное» и «массовое сознание».

Отмечается, что электоральное поведение граждан является сложным социальным явлением, поэтому изучение его особенностей, и выявление закономерностей сталкивается с объективными трудностями. Избирательный процесс любого уровня сопровождается расширенным арсеналом манипуляционных действий. Очевидна и многоаспектность проблемы манипулирования, которая сегодня занимает одно из важнейших мест в политической науке.

Манипулирование - это политическая информационная обработка отдельных лиц, групп, общественного мнения в целом в интересах некоторых политических, экономических и иных персон или структур. Это также система средств идеологического и духовно-психологического влияния на массовое сознание с целью навязывания определенных идей, ценностей; целенаправленное влияние на общественное мнение и политическое поведение для формирования их заданной требуемой направленности⁹.

Стремление удерживать влияние на умы народа и эффективное управление общественным мнением и массовым поведением, изучались многими представителями научных школ и направлений.

В разделе рассматривается проблема массового сознания, которая во многих аспектах остается дискуссионной и открытой. Выявлена взаимосвязь таких понятий как толпа, масса, народ. Автор обращает внимание на влияние особенностей исторической ситуации, сложившейся во второй половине XIX в., при которой были заложены основы изучения такого социального явления как массовое сознание. Автор отмечает роль теоретических концепций революционно-коммунистического толка, рассматривает вопрос о манипулятивном характере политической пропаганды, взаимосвязи таких понятий как «масса», «класс», «партия» и «вожди», которые поднимали в своих работах идеологи марксизма Г. Плеханов и В. Ленин¹⁰.

Отмечается и то, что само по себе «сознание» - это философская категория, однако в процессе развития науки оно стало приобретать всеобщий характер и

⁹ См. *Политическая энциклопедия* М «Мысль», 1999 Т 1 С 654

¹⁰ *Ленин В И* Полное собрание соч В 55 т Т 41 М 1974 - С 24 - 47

широко использоваться в социологии, психологии, политологии и других науках.

Выявлена специфика массового *политического* сознания, которое отражает характер закреплённых в политической культуре знаний общества о политической действительности. Соискатель приводит примеры того, как рассматривается понятие политического сознания современными авторами. Отмечается, что мнения большинства исследователей сходятся в том, что специфику массового сознания нужно искать именно в массе. Автором приводятся несколько трактовок понятия «масса», которые дали зарубежные и отечественные авторы (Г. Лебон, Х. Ортега-и-Гассет, С. Московичи, Д.В. Ольшанский, А. Яковлев, Н. Кириллов и др.)¹¹.

Автором определены основные признаки превращения индивида в «человека масс». Ими являются: исчезновение сознательной личности; ориентация мыслей и чувств в одинаковом направлении посредством внушения и заражения; тенденция к реализации внушённых идей. Несмотря на многочисленные определения «массы», наиболее удачным автор считает систематизацию, которую предпринял американский социолог Дж. Белл.

Масса не имея ни социальной организации, ни обычаев и традиций, устойчиво подвергается манипулятивной «обработке» через средства массовой коммуникации (радио, кино, телевидение и т.д.). Стереотипность и несамостоятельность мышления, единообразие, приспособленчество, - вот основные характеристики «человека масс». Автор считает, из такого понимания «масс» логически следует, что общество слабо рефлексировало и пребывает в состоянии массового застоя, в связи с чем полномасштабной становится и возможность манипулирования. Приводятся примеры процесса эволюции общественного сознания как реальной силы, оказывающей решающее влияние на ход мировой истории.

Соискатель приводит определения массового сознания и рассматривает структуру общественного сознания, которые предлагают в своих работах А. Уледов и Б. Грушин.

Массовое сознание представляет собой совокупность взглядов и установок, выражающих отношение людей к государству, политическим и социальным ценностям, целям развития, традициям и нормам жизни. Массовое сознание и власть объективно взаимосвязаны в социально-политической системе.

¹¹ Ольшанский Д.В. Массовые настроения переходного времени // Вопросы философии 1992 № 4; Яковлев А.И., Кириллов Н.П. Сознание народа. Томск: Изд-во Томского ун-та 1999

Автор отмечает, что нельзя противопоставлять понятие «массы» таким понятиям, как «нация», «народ» или «семья», как это пытаются делать некоторые исследователи. Все эти понятия взаимосвязаны между собой и являются элементами социальной структуры общества.

Автор солидарен с точкой зрения тех ученых, которые считают что, появление массы обусловлено становлением индустриального производства. И во многом развитие и прогресс есть не что иное, как изменения в социальной структуре общества, в результате которых рождаются и новые явления – массовизация и атомизация. Эти два тесно связанных между собой, но не совпадающих явления выступают как особые формы порождения феномена массового сознания.

Соискатель обращает внимание, что из всего разнообразия характеристик массового сознания необходимо, подробнее рассматривать те, которые помогают получить представление о конкретных механизмах функционирования общественного идеала в сознании масс и манипулирования им.

Особым состоянием массового сознания, своеобразным фокусом, в котором сходятся все существующие социальные воззрения, идеи и представления, выступает общественное мнение, которое соискатель считает необходимым рассматривать с учетом всех форм его существования. Автором выявляется специфика и значимость общественного мнения в построении поведения избирателей. Общественное мнение также является и одним из видов политической установки, которая регулирует его формирование и помогает предотвратить возрастание политической пассивности граждан, особенно в выборные периоды.

Автор считает, что связанное с большими массами людей, их потребностями и интересами, общественное мнение практически в каждой сфере общественной жизни, в том числе и политической, находит свое место и может проявить себя как активный стимулятор политических действий.

Диссертантом определено, что качественно новый механизм функционирования общественного мнения представляют собой современные СМИ (пресса, радио, телевидение). Автор полагает, что перспективы общественного мнения во многом связаны также и с глобализацией информационных процессов, в частности – с развитием всемирной сети Интернет.

В разделе рассматриваются механизмы формирования общественного мнения, которые весьма разнообразны и существенно зависят от способов взаимодействия гражданского общества с властью, а также уровня институционализации демократии и организованности общественности. Различаются такие способы формирования общественного мнения, как эмоциональные, стихийные и рационально-сознательные.

Отмечается, что широкое применение демократических процедур подняло на немыслимую ранее высоту роль опросов общественного мнения, и сделало их эффективным оружием политической борьбы, объектом манипуляций. Автор приходит к выводу, что опросы общественного мнения являются очень важным компонентом аппарата манипулирования сознанием. Анализ данных опросов общественного мнения считается более специализированным видом политологического исследования и выявляет политические симпатии людей, позволяющие кандидатам формулировать свои программы с учетом требований общества.

С позиции методологии, то есть рассмотрения наиболее адекватных и точных методов сбора и оценки данных, которые могут применяться различными специалистами по проведению опросов общественного мнения, более конкретно рассматривается и роль самого общественного мнения. Характерным примером стали прошедшие в декабре 2003г. выборы в Государственную Думу РФ.

Рассматривая взаимосвязи общественного мнения и электорального поведения, автор замечает, что существует тесная связь между изучением общественного мнения и степенью понимания принципов более широкого и эффективного участия граждан в политическом процессе.

В настоящее время существуют несколько концептуальных подходов (моделей) электорального поведения, объясняющих природу электорального выбора влиянием определенных факторов. В современной научной литературе¹² доминирует три основных теоретических подхода к анализу электорального поведения: *социологический, социально-психологический и рационально - инструментальный.*

¹² См. *Политическая наука: новые направления* / Пер с англ. М.М. Гурвица, А.Л. Демчука, Т.В. Якушевой. Науч. ред. Шестопаля Е.Б. - М.: Вече, 1999 - С. 235, *Политический процесс: основные аспекты и способы анализа. Сборник учебных материалов* / Под ред. Мелешкиной Е.Ю. - М.: Изд-кий Дом «Инфра - М», Изд-во «Весь Мир», 2001 - С. 172 - 178

Автор отмечает, что в отечественной политологии до начала 90-х гг. считалось, что электоральное поведение — это политическое участие избирателей, связанное с делегированием властных полномочий. В последствии проведение многочисленных электоральных эмпирических исследований на основе опыта первых политических выборов в России обусловило необходимость более детального изучения электорального поведения как реального феномена отечественной политической практики. В результате систематизации многочисленных трактовок автор выделяет ряд направлений в определении понятия данного явления.

Специфический аспект политической реальности в России состоит в том, что напряженность в отношениях между теми, кто находится у власти, и оппозицией обусловлена не столько идеологическими или программными расхождениями, сколько прагматическим подходом. Следовательно, борьба за власть в России — это не соперничество идей и принципов, а схватка за власть как таковую, за дивиденды, которые данная власть обеспечивает. И все в большей степени такая борьба за власть в верхних слоях становится самоцелью и отдаляется от общественных интересов.

Соискатель считает, что в восприятии общественности «демократы» и «реформаторы» ассоциируются сегодня с нестабильностью, коррупцией и непрофессионализмом. Хотя такое восприятие способно со временем дискредитировать саму идею демократии и экономических реформ, было бы преждевременно в настоящее время приравнивать общественную критику «демократов» и «реформаторов» к выступлениям антидемократического и антиреформистского характера.

«Единая Россия» как пропрезидентская партия по-настоящему не является политической силой. Идентификация по политической принадлежности весьма аморфна, а многопартийная система еще не укрепилась. Автор предполагает, что уровень избирательной активности при таких условиях будет низким, дальнейшее развитие абсентеизма также неизбежно.

Отмечается, что влияние уровня интереса к политике не однозначно. Неудовлетворенность уровнем жизни и политикой государства обуславливает рост неудовлетворенности политической сферой вообще и сказывается на электоральном поведении. Избиратели могут интересоваться политикой, но из-за неудовлетворенности ее отдельными моментами не участвуют в выборах в

знак протеста. Так же и абсентеизм не однозначно связан с отсутствием интереса к политике.

Выделяется ряд факторов, влияющих на политическое поведение, имеющих гендерный аспект, одним из которых является демографическая ситуация, складывающаяся в стране. Но основной проблемой формирования общественного мнения и, в частности, мнения электората, автор объективно считает засилье манипулятивными технологиями, которые негативным образом влияют на становление института демократических выборов в России.

Подчеркивается, что в основе манипуляции лежит процесс тщательного создания мифов, которые способны держать людей в повиновении. Когда речь заходит о подчинении кому-то чьей-то воли, в процесс вступает мифологизация сознания. Соискатель подробно рассматривает миф об индивидуализме и личном выборе, миф о нейтралитете, миф о неизменной природе человека, миф об отсутствии социальных конфликтов, миф о плюрализме СМИ, и приводит характерные примеры российской современности.

Автор отмечает, что манипулирование было характерно и для традиционного общества, но процесс массовизации общественной жизни значительно расширил его границы. В советское время основным средством манипуляций массами была пропаганда¹³. Однако с приходом демократических преобразований в России стали развиваться такие разновидности массовой коммуникации, как реклама и PR.

Избирательный процесс любого уровня сопровождается расширенным арсеналом манипуляционных действий. Автором выделен ряд принципов обработки массового сознания, которые также принято называть приемами политического манипулирования. Среди множества методов в работе представлены следующие: «наклеивание ярлыков»; «присвоение кличек»; «рекомендации»; «группы влияния»; «перенос положительного образа»; «простые люди»; «подтасовка карт»; «блестящая посредственность»; «общий вагон» и др. В качестве яркого примера манипулирования массовым сознанием приведена предвыборная кампания 1996г., по выборам президента РФ

Свою особую роль в эффективном влиянии на общественное сознание автор отводит телевидению как одному из мощнейших каналов массовой коммуникации. Массовая коммуникация является важным источником

¹³ Почепцов Г.Г. Пропаганда и контрпропаганда – М. Центр, 2004 – С. 20. См. также Войтасик Л. Психология политической пропаганды. М., 1981 – С. 118-120.

политической социализации – процесса овладения политическими знаниями, установками, ценностями и формами политического участия¹⁴.

Автор уделяет внимание понятию ментальности, или менталитета¹⁵ как элементу в природе манипуляции сознанием. Как пример рассматривается менталитет «советского человека», черты которого присущи сознанию россиянина.

Подчеркивается, что ценностные ориентации россиян изменились, равно, как и произошли изменения в политической системе и самом политическом процессе. Но, учитывая прошлое нашей страны, многие люди все же не привыкли к многопартийным выборам и приучены к восприятию официальных оценок того, или иного политического деятеля. Налицо обусловленность распространения манипуляций на административном уровне.

Одним из важных компонентов политического сознания автором выделены политические ценности. Особенности структуры политических ценностей и установок в России определяются спецификой их социально-экономического и политического развития, а также национальными традициями.

Выделяя наиболее общие черты нынешнего типа голосования, автор отмечает то, что они, во многом определяются тем специфическим элементом политической культуры, который связан с ее «протестной составляющей». Кроме того, немаловажным является принадлежность кандидата, и, соответственно, общая направленность предпочтений избирателя того или иного блока политических сил, партий, организаций.

Автор рассматривает позиции исследователей, которые неоднозначно оценивают сложившуюся в России ситуацию. Одни продолжают настаивать на тезисе о полной непредсказуемости российского электората и непригодности каких бы то ни было теоретических моделей и формул для объяснения электорального выбора. Другие, напротив, утверждают, что результаты выборов абсолютно прогнозируемы, ибо прямо зависят от сумм, вложенных в кандидатов, степени искушенности нанятых ими команд профессионалов,

¹⁴ Дмитриев А В, Латынов В В Массовая коммуникация пределы политического влияния – М МНУЦ 1999 – С 7–27

¹⁵ Шестопал Е В Психологический профиль российской политики 1990-х Теоретические и прикладные проблемы политической психологии М · РОССПЭН, 2000 – С 154-159 См также: *Российский менталитет: вопросы психологической теории и практики* / Под ред КА Абульхановой, АВ Брушлинского, МИ Воловиковой М Изд-во «Институт психологии РАН», 1997

доступа к средствам массовой информации и административным рычагам власти¹⁶.

Подводя итоги раздела, автор делает вывод, что перемены, произошедшие за последние годы, в частности, в массовом сознании, одновременно и достаточно радикальны в том, что касается смены вектора общественных симпатий по целому ряду направлений, например, в отношении к власти, и малозначительны в том, что касается более глубинных ориентаций и особенно мотивации политического выбора. Автор отмечает, что характер взаимоотношений власти и общества стал сложным и многоаспектным.

Раздел II. «Политические технологии манипулирования мнением и поведением российского электората в избирательном процессе» освещает широкий спектр современных манипулятивных технологий, которые практикуются политическими менеджерами, технологами и имиджмейкерами в ходе избирательных кампаний. Особое внимание автор уделяет рассмотрению избирательной конъюнктуры, которую выстраивают специалисты, чтобы в дальнейшем использовать в своей работе.

Соискатель отмечает, что в современной прикладной политологии концепция манипулятивных основ электоральных технологий имеет как убежденных сторонников, так и ярых противников. Манипуляция выступает как *способ власти влиять на поведение других*, не раскрывая характер поведения, которое от них ожидается. В качестве моделей политического манипулирования исследователи выделяют две основные – психологическую и модель целенаправленного воздействия. Возможным подходом к решению проблемы построения типологии манипулирования автор считает классификацию различных типов манипулирования по нескольким группам: по уровню, методам воздействия, по направленности и формам воздействия, по масштабности, сферам жизнедеятельности общества, длительности и социальным последствиям.

Подробно рассматриваются приемы политического манипулирования и приводятся характерные примеры. Отмечается, что при воздействии на общественное сознание применяются психотехнологии и вербальные методы. Демократический режим предлагает более сложные механизмы манипулирования людьми. В качестве примера автор приводит принцип действия политической рекламы.

¹⁶ См. Морозова Е. Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии. М.: РОССПЭН, 1999 – С. 75-88

Автор замечает, что политическая реклама активизируется непосредственно перед выборами, когда обостряется политическая борьба, и на карту ставится политическое будущее страны или региона. Изучение «избирательного рынка» включает также способ построения избирательной конъюнктуры, который заключается в анализе результатов общественного мнения, позволяющих собрать дополнительную информацию об условиях жизни различных слоев населения, об основных политических позициях избирателей, их отношении к различным политическим деятелям, в том числе выявить «образы», «идеалы» лидеров.

Характерной приобретенной особенностью предвыборной политической рекламы автор считает использование государственной символики: флаг, герб также стали частым атрибутом кандидатов в депутаты. Выделяя особенности политической рекламы на выборах, автор отмечает, что агитация в прессе и использование таких жанров политической рекламы, как плакат, листовка, газета и афиша, явились отличительной особенностью выборов, оттеснив на второй план телевизионную рекламу.

Соискатель также считает, что на выборах в Госдуму 1999г. более отчетливо проявился особый вид влияния на избирателей – социологические прогнозы, рейтинги кандидатов и опросы общественного мнения граждан России. Политическая реклама стала неоспоримым атрибутом политической борьбы в период избирательной кампании. Автор полагает недальновидным преуменьшение значения Интернета в развитии политической рекламы, который революционно преобразовывает мировое информационное пространство, и распространение манипулятивного влияния на сознание электората также получит новый импульс.

В разделе рассматриваются формы воздействия, которые манипуляторы весьма эффективно используют в своей практике, играя на эгоистических потребностях людей (потребность в контроле, самоутверждение за счет других людей), и на высоких человеческих побуждениях (чувство долга и ответственности). Наиболее частые формы воздействия — провокация, обман, интрига, намек. Достаточно часто в стимуляции манипулирования используют инструментальные, например, материальные соображения.

Автор отмечает, что для того, чтобы проследить ситуацию по росту и спаду электоральной активности специалисты часто прибегают к делению на группы регионов со сходным электоральным поведением: твердые

реформаторские, умеренные реформаторские, неустойчивые, консервативные и управляемые. Сравнение электорального поведения в 1999 и 2003 годах по типам регионов, показало, что негативное отношение к выборам усилилось повсеместно, но при этом различия между регионами по доле голосовавших против всех несколько уравнились.

Работа с реальным электоральным ландшафтом на уровне субъектов федерации сопряжена с целым рядом проблем. Среди них - резкие различия в географических размерах и плотности населения, сложная конфигурация регионов, их индивидуальные особенности, затрудняющие восприятие общих ландшафтных закономерностей и др. Также объясняется проблема составления точных прогнозов на основе опросов общественного мнения, проводимых ведущими центрами и агентствами на кануне выборов.

Несмотря на то, что традиция голосования россиян на альтернативной основе насчитывает всего лишь чуть более 10 лет, обнаружилась тенденция к резкому снижению числа людей, регулярно участвующих в выборах. Число голосующих колеблется около 50%.

Автор отмечает, что специалисты подразделяют электорат на 3 относительно устойчивые группы: активные выборщики, абсентеисты (те, кто намерено уклоняется от участия) и «болото». Последняя, преобладающая группа представляет наибольший интерес для кандидатов, поскольку эти люди крайне неустойчивы в своих политических предпочтениях и легко становятся жертвой манипулятивных технологий.

В работе рассматривается *неформальная коммуникация* – один из наиболее эффективных каналов агитации. Именно слухи («люди слышали», «люди зря говорить не станут» и т.д.) остаются самым надежным каналом для внедрения нужной информации в сознание людей¹⁷.

Указываются достаточно эффективные способы канала устной агитации и расклеивания печатной продукции, одним из которых является кампания «от двери к двери». В примерах указано то, что большое влияние на решение респондентов оказывает то впечатление, которое произведет кандидат при личных встречах. Подтвердилась гипотеза о взаимозависимости уровня образования и социального самочувствия: чем выше образование, тем более человек уверен в своих силах, тем меньше возможности манипулировать его сознанием в ходе предвыборной агитации.

¹⁷ Дмитриев А В, Макарова И В. Неформальная коммуникация. Очерки теории и практики. М. Современная гуманитарная академия, 2003 – С. 48 – 55

Соискатель рассматривает особенности роли политических технологий политических процессах общества и государства. Одной из разновидностей во всем существующем многообразии приводятся информационные технологии агитационно-пропагандистского типа, которые в целом направлены на контроль над сознанием и поведением людей.

Наиболее типичными способами и приемами информирования выделяются дезинформация и фальсификация сведений, а также манипулирование сознанием реципиентов. Массированный выброс компромата обычно осуществляется в форме так называемого «черного» PR. Но сам факт использования «черного» PR нельзя однозначно причислить к «грязным» технологиям, если распространяемая его путем информация достоверна, а критика конкурента, против которого он направлен – обоснована и аргументирована. Для манипулятивных технологий характерны также отказ от развернутой аргументации и подмена ее техникой психологического внушения. В этот информационный арсенал входят акции, воздействующие на болевые социальные точки.

Соискатель указывает, что агитационно-пропагандистские формы и технологии информирования и коммуницирования, как правило, неразрывно связаны с провоцированием политических скандалов, проведением информационных и психологических «войн», осуществлением информационного террора. Они направлены на нанесение непоправимого ущерба интересам и общественной репутации конкурентов, а также на их полную дискредитацию и вытеснение с политического рынка.

Отмечается то, что эффективную агитацию могут осуществлять только такие кандидаты, которые имеют достаточные источники финансирования, то есть им приходится обращаться к крупным собственникам. В любом случае это осуществляется за счет простых налогоплательщиков и работников бюджетной сферы.

В отличие от Запада, в России из-за экономической дестабилизации довольно часто столкновение интересов социальных групп приводит именно к разногласиям о выборе государственного устройства. Поэтому результаты голосования определяют не столько интересы избирателей, сколько более глубокий уровень мотивации, лежащий в области базовых ценностей и стереотипов массового сознания.

Отмечая факт актуализации в последнее время темы «грязных» технологий, автор подтверждает его характерным примером предвыборной ситуации последней президентской кампании (февраль 2004г.), когда во всеуслышание было объявлено о «похищении» кандидата Ивана Рыбкина. Автор обращает внимание, что «грязные» технологии отнюдь не являются только порождением рекламы некоторых PR-агентств, и нынешнее засилье этих технологий является закономерным этапом процесса становления культуры проведения избирательных кампаний, типичной «болезнью» роста. «Грязные» технологии и «незаконные» технологии далеко не совпадают. Некоторые действия кандидата могут отступать от буквы закона, но оставаться вполне честными по отношению к избирателям и наоборот. Довольно часто утверждают также, что «грязные» технологии — это технологии обмана избирателей. Но использование понятия «обман» применительно к процессу предвыборной агитации оказывается весьма неоднозначным.

Автор определяет в работе понятие «*публик рилейнз*» (PR) как особую функцию управления, которая способствует установлению и поддержанию общения, взаимопонимания и сотрудничества между организацией и общественностью, решению различных проблем и задач.

Наиболее опасны методы подтасовки, не привязанные ко дню голосования и к конкретному избирательному участку. Система «ГАС Выборы», по мнению автора, малоэффективна, так как у власти появляется дополнительная возможность сфальсифицировать результаты выборов, путем замены нескольких цифр.

Власть одновременно задействует способы использования административного ресурса, такие как: прямое административное давление на избирателей, включая подкуп, угрозы и подтасовку результатов голосования; давление на конкурентов во всех возможных формах: информационная блокада, отстранение от выборов, уголовное преследование и т.д.; использование административного ресурса для эффективного проведения собственной избирательной кампании кандидата (партии) власти. Избирательные кампании 1999г. и 2000г. запомнились небывалым выбросом компроматов на федеральном уровне и задействованием административного ресурса.

Соискатель утверждает, что явный способ противодействия «грязным» технологиям один — систематическое разоблачение конкретных «грязных»

избирательных технологий через СМИ. Однако пресса идет по обратному пути: по поводу каждых крупных выборов широко сообщается, что «были использованы самые грязные технологии», но что это были за технологии, как и кто их применил – об этом говорится очень редко. В результате подобного «разоблачения» тенденция применения «грязных» технологий только усиливается. Эффективность «грязных» технологий, по мере приобретения российскими избирателями опыта, будет постепенно сходить на нет и даже становиться отрицательной (т.е. такие технологии начнут работать против тех, кто их применяет).

В Раздел III *«Современные способы противодействия политическим манипуляциям»* автор выявляет существующие способы противодействия манипулятивным технологиям со стороны государства, электората и кандидатов, обозначает ряд проблем, связанных с формированием комплекса мер по защите электората и правовому регулированию избирательного процесса, а также предупреждению кризисных политических ситуаций.

«Программирование» носит тотальный и многоуровневый характер, в результате чего люди склоняются к необходимости манипулировать. Автором выясняются основные причины, при которых люди манипулируют друг другом и определяются потенциальные возможности вовремя распознать манипулятивные приемы, и избежать их применения.

Предложение Д. Карнеги заменить принуждение известной долей хитрости, а открытое психологическое давление – давлением более изящным, привело к тому, что в деловых и повседневных отношениях «тонкая» манипуляция стала более предпочтительна по сравнению с грубыми методами достижения поставленных целей. В отличие от Д. Карнеги идею Э. Шострома можно выразить в представлении, что каждый человек в той или иной степени – уже манипулятор. Как полное отрицание и осуждение манипуляции, так и ее превознесение опираются каждый на свои веские основания. Поэтому соискатель обращается к выяснению пределов необходимости употребления манипуляции и ее допустимости.

Существует много признаков прямо или косвенно свидетельствующих, что на электорат оказывается манипулятивное целенаправленное воздействие. Организация акций, привлекающих массовый интерес, раздача сувенирной продукции с символикой кандидата, встречи «сочувствия» с ветеранами, солдатскими матерями, агитация и сбор подписей в поддержку кандидата под

видом социологических опросов, косвенная реклама-напоминание и т.д. Материальная заинтересованность, этническая и религиозная принадлежность избирателей также вовлекает их в процесс манипулирования.

Безусловно, что обучение только защите от манипуляции не имеет смысла, даже если оно сориентировано узко прагматически, на практике представляет собой лишь часть программы повышения компетентности людей в общении друг с другом. Автор считает, что принцип механизма противодействия стоит рассматривать, опираясь на пример манипуляции на межличностном уровне. Подобно тому, как люди стремятся к взаимопониманию и объединению ради общего совместного дела, так и государство должно осуществлять конструктивный диалог с обществом, основанный на определенных принципах и правилах взаимного поведения. Вырабатываются нормы общения, которым важно следовать обеим сторонам в ходе общения и полемики. Основными принципами для соблюдения диалога становятся справедливость, равенство, взаимоуважение, толерантность и демократизм, исключающие возможность проявления превосходства одного из партнеров по общению.

Диссертант указывает, что спектр способов защиты достаточно широк и не предполагает необходимости ответной агрессии. Дело не в том, какие техники или приемы применяются, а в том, как развиваются отношения между людьми. Противодействовать манипуляции нужно, так как она влечет за собой необратимые изменения и деформацию основ демократических институтов общества. Последствия массового манипулирования сознанием электората обращаются глубокими политическими кризисами и способны кардинально изменить социально-политические ориентиры общества.

Рассмотренный способ осуществления конструктивного диалога государства и общества занимает преимущественную позицию по отношению к другим формам и способам эффективного противодействия манипулированию. Однако оптимальной формой построения делового общения является информационный обмен. Для обеспечения возможности свободного выбора, необходима достоверная и исчерпывающая информация не только о целях и политической программе претендентов, но и средствах и способах, которыми они будут пользоваться, достигая объявленных целей. Информированность избирателей о ходе избирательной кампании позволит предотвратить распространение неформальной коммуникации слухов, которым политтехнологи придают весьма серьезное значение.

Автор считает, что для выработки целостного механизма противодействия манипулированию необходимо первоначально внести ряд изменений в избирательную систему. Контроль за проведением выборов должны вести независимые эксперты и представители общественных объединений избирателей. Порядок формирования территориальных и участковых избирательных комиссий должен исключать возможность работы в них в качестве председателей и секретарей заинтересованных административных лиц. Общественные комитеты должны проводить работу по разъяснению положений законодательства, прав и обязанностей участников избирательного процесса. Меры защиты от манипулятивного воздействия должны быть написаны доступным для рядового избирателя языком, и вывешиваться в виде объявлений в общественных местах, включая избирательные участки. Выработка механизма жесткого правового регулирования и прямого контроля со стороны государства за порядком финансирования избирательных кампаний кандидатов, за соответствием предвыборных рекламных обещаний и реальной деятельностью выборных органов, также может помочь изменить сложившуюся ситуацию.

Соискатель считает, что для анализа массового сознания россиян необходимо применять сложные многофакторные модели, которые не ограничиваются рассмотрением понятий «объективных предпосылок» и «социальных интересов», а всесторонне учитывают мотивацию сложившегося электорального поведения. В России распространилось явление, когда массы людей могут действовать против своих интересов. Примером служат процессы распада СССР, которым, по мнению ряда специалистов, способствовала долгосрочная и четко продуманная манипуляция мнением и поведением индивидов. «Согласие» советских граждан было получено посредством *манипуляции их сознанием*, а не благодаря свободному волеизъявлению большинства. Оно формировалось в ходе очень сложного процесса и достигалось небольшими фрагментарными действиями со стороны манипуляторов, которые получали щедрое финансирование класса собственников, заинтересованных в развале Советского государства. Автор согласен с выводом, который делают исследователи, отмечая, что желание изменения общественного строя в СССР было *внушено* массе советских людей, благодаря долговременной и четко продуманной манипуляции.

Автор делает следующие выводы.

По мнению соискателя, в условиях социальной нестабильности общества манипулятивные технологии приобретают черты власти, становятся нормой поведения многих полигиков, при этом говорить о построении развитых демократических институтов, не представляется возможным. Роль избирателя не может быть сведена к пассивному потреблению товара, в качестве которого выступает фигура кандидата в современной политической кампании. Манипуляция не может быть оправдана и узаконена ни в какой правовой системе, а тем более с моральной точки зрения. Новые законы существенно ограничивают и регламентируют деятельность и методы агитации в период выборных кампаний. Однако действенность законов будет более эффективна только при условии реальной независимости судебной ветви власти и приведет к уменьшению злоупотреблений в ходе избирательных кампаний. Существенное влияние на атмосферу выборов может оказать ужесточение наказания за использование в ходе кампаний недобросовестных манипулятивных приемов, а также принятие комплекса мер по созданию инфраструктуры различных объединений избирателей (клубы, общества, союзы, собрания), благодаря которым возрастет роль политических выборов как демократического института.

В заключении работы автор формулирует основные выводы и подводит итоги диссертационного исследования. Также сформированы некоторые рекомендации и намечены перспективы дальнейшего изучения проблемы манипулирования мнением и поведение российского электората.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ ОПУБЛИКОВАНЫ В СЛЕДУЮЩИХ РАБОТАХ АВТОРА:

1 *Технологии политического манипулирования в избирательных кампаниях* // Управленческо-технологические проблемы политического менеджмента: Материалы исследований выпускников, аспирантов и соискателей факультета политологии МГСУ. – М.: РИЦ «Москва – Санкт-Петербург», 2002. – 2,5 п.л.;

2 *Коммуникативные процессы современного российского общества сквозь призму политической культуры* // Актуальные проблемы совершенствования политологического образования в России: Материалы второго Всероссийского социального конгресса «Концепция отечественного социального образования (5 – 7 июня 2002г.)». – М.: РИЦ «Союз», 2003. – 0,2 п.л.;

3. Технологии политического манипулирования в избирательной системе России // Гуманитарно-социальные знания и технологии в современном обществе: Материалы ежегодных научных чтений Гуманитарной академии МГСУ (28 февраля – 1 марта 2003г.). – М.: РИЦ МГСУ, 2004. – 0,9 п.л.;

4 Социальная политика как инструмент манипулирования в период избирательных кампаний // Социальная политика трансформирующейся России: Материалы круглого стола Третьего Всероссийского конгресса политологов (28 – 29 апреля 2003г.). М., 2004 – 0,3 п.л.;

5 Манипулирование сознанием электората в контексте глобализации // Глобальная стратегия социального развития России: социологический анализ и прогноз: Материалы секции «Глобализация: политические стратегии» Третьего Международного социального конгресса (25 – 26 ноября 2003г.). М.: РИЦ РГСУ, 2005. – 0,3 п.л.

Анастасия Павловна КОПИЧНИКОВА

**Манипулирование мнением и поведением
российского электората
(политологический анализ)**

**Автореферат диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук**

ЛИЦЕНЗИЯ ИД № 00608

Формат 60x84/16 1,87 усл. п.л.

Бумага офсетная 80 гр.

Тираж 100 экз. Заказ №38

**Отпечатано с готовых о/м
в типографии ООО «Медина-Принт»
ул. Новослободская д. 14/19 стр. 5
тел./факс: 787-62-21**

РНБ Русский фонд

2005-4

33863



22 MAR 2005