



**ФУНКЦИИ МАНИПУЛЯЦИИ ОБЩЕСТВЕННЫМ СОЗНАНИЕМ В
СМИ В АРАБСКИХ СТРАНАХ РАЗНОЙ СОЦИАЛЬНО-
ПОЛИТИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ**

**FUNCTIONS OF PUBLIC CONSCIOUSNESS MANIPULATION IN THE
MEDIA IN ARAB COUNTRIES OF DIFFERENT SOCIAL AND
POLITICAL ORIENTATION**

УДК 32.019.5

ГУБЕНКО Максим Сергеевич

кандидат философских наук

ДЁМИН Павел Евгеньевич

GUBENKO Maksim Sergeevich

Candidate of Philosophy

DEMINS Pavel Evgenievich

Аннотация. В статье освещена проблема манипуляции общественным сознанием в СМИ, раскрыто понятие «манипуляция общественным сознанием», а также рассмотрены механизмы воздействия на сознание людей с помощью средств массовой информации на примере арабских стран. Дается обоснование функций и целей применения манипуляции сознанием посредством телевидения и печати в условиях различной политической обстановки в государствах.

Ключевые слова: общественное сознание, манипуляция общественным сознанием, средства массовой информации, арабские страны, «арабская весна».

Abstract. The article highlights the problem of manipulation of public consciousness in the media, defines the concept “manipulation of public consciousness”, and examines the mechanisms of influence on the consciousness of people with the help of the media on the example of Arab countries. It also substantiates the functions and purposes of applying the manipulation of consciousness through television and press in the context of different political situations in states.

Keywords: public consciousness, manipulation of public consciousness, mass media, Arab countries, “Arab Spring”.

Сегодня, в эпоху глобализации и компьютеризации всех сфер жизни общества, необходимую для себя информацию мы получаем из СМИ. Учеными было подмечено, что люди, часто обращающиеся к информационным источникам (по разным причинам), попадают в некую зависимость от них. Они живут в двух реальностях: одной – непосредственно существующей, и второй – «созданной» СМИ. Влияние средств массовой коммуникации настолько велико, что они превратились в средство манипулирования общественным сознанием [5].

Современные СМИ осуществляют распространение фактов, отражающих, в первую очередь, предпочтения политической элиты в вопросах экономической, социальной и культурной жизни страны, преподнося информацию с наиболее выгодной для элиты стороны. И очень часто реальная обстановка в государстве (регионе, городе) значительно отличается от представленной по телевидению и в газетах. Таким образом, искажая социальную действительность, власти при поддержке СМИ так или иначе пытаются манипулировать массовым сознанием.

Манипулирование информацией (а вместе с ней – общественным сознанием) сегодня превращается в процесс программирования людей на совершение тех или иных действий. Ежедневно человек получает огромное количество сообщений посредством телевидения, радио, Интернета, и, не успевая их анализировать, просто принимает вариант, озвученный в СМИ. В этот момент ему не удастся осмыслить услышанное или увиденное, а, значит, и сформировать собственное отношение к проблеме (событию). Данную особенность человеческой психики эффективно используют манипуляторы при управлении мнением общественности [12].

«Манипулирование информацией сродни дезинформации...», пишет в своей книге «Краткая история дезинформации» учёный-исследователь Владимир Волков [10]. Он также определяет 3 основные цели манипуляции:

1. Деморализация нации путём дезинтеграции групп, которые её составляют.
2. Дискредитация авторитетов и их ценностей.
3. Нейтрализация масс с целью предотвращения всех форм спонтанного поведения в пользу установленных порядков, в определённый момент с целью мирного прихода к власти небольшой группы людей.

Другой исследователь, Сергей Кара-Мурза, чей труд является одним из основных в этой области, в своей работе «Манипуляция сознанием» обозначает манипуляцию как «программирование мнений и устремлений масс, их настроений и даже психического состояния с целью обеспечить

такое их поведение, которое нужно тем, кто владеет средствами манипуляции» [8]. Автор обозначает 3 признака манипуляции:

1. Манипуляция – это вид духовного, психологического воздействия, когда мишенью действий манипулятора является дух, психические структуры человеческой личности.

2. Манипуляция – скрытое воздействие, факт которого не должен быть замечен объектом манипуляции.

3. Манипуляционное воздействие требует значительного мастерства и обширных знаний специалиста.

Существуют и другие точки зрения по определению понятия «манипуляция сознанием» и его признаков. Так, по мнению Г. Шиллера, манипуляция будет успешной только в случае осуществления ее «незаметными» методами, «когда манипулируемый верит, что все происходящее естественно и неизбежно». Е.Л. Доценко в книге «Психология манипуляции» определяет манипуляцию как способ психического воздействия: «Оно не только побуждает человека, находящегося под таким воздействием, делать то, чего желают другие, оно заставляет его хотеть это сделать» [6].

Корнем слова «манипуляция» является латинское слово *manus* – рука (*manipulus* - пригоршня, горсть, от *manus* и *ple* – наполнять). В большинстве европейских словарей слово толкуется как обращение с объектами с определенными намерениями, целями. Однако позже возникло и переносное значение слова, широко используемое в современности – ловкое обращение с людьми как с объектами, вещами.

Говоря о манипуляции общественным сознанием, мы, прежде всего, подразумеваем некие механизмы воздействия на массы, результатом которых являются формирование «единственно правильного» мнения большинства. Одним из таких механизмов являются СМИ, получившие в последнее время широкое распространение как в развитых, так и в развивающихся странах.

Некоторыми особенностями влияния на общественное сознание обладают СМИ в арабских странах.

В этих государствах (Египет, Алжир, Йемен и др.) средства массовой информации выступают в качестве механизма формирования общественного мнения и воздействия на идеологию населения. Поэтому арабские власти активно используют их в вопросах сохранения идейно-политических основ своей власти, поддержания атмосферы лояльности и общественного согласия [1].

Для продвижения необходимой информации правящий режим арабских государств использует два канала передачи. К первому относится официальная пресса, а также различные издательства, непосредственно связанные с правительством. Вторым составляют так называемые исламские средства массовой информации, которые на сегодняшний день обладают большими возможностями в вопросах пропаганды. К тому же они прекрасно оснащены современными научными и техническими средствами.

Некоторые из арабских газет и журналов пребывают в зависимости от США, Англии и Франции, что отражается на их содержании. Многие сотрудники этих издательств или каналов обучаются в Америке и Европе, что накладывает отпечаток на их видение многих событий с позиции этих государств. Кроме того, в слаборазвитых арабских странах (Мали, Джибути, Иордания, Йемен) СМИ финансируются за счет иностранного капитала, который и диктует свои условия подбора материала.

Район Ближнего Востока сегодня является местом множественных конфликтов (борьба за национальное единство, территориальные конфликты), что не может не отразиться на содержании телевизионных передач, газет и журналов, выпускаемых арабскими странами. В частности, национальные СМИ освещают проблему арабского единства, арабо-израильские отношения, исламскую революцию в Иране и ее долговременные последствия, проблемы Северо-Западной Африки [7]. Сюда же следует отнести и «информационную войну» с Западом, который упорно

распространяет в международных СМИ недостоверные сведения об агрессивной деятельности правительств арабских стран в отношении США и стран Европы. Эти темы больше всего волнуют граждан обозначенных государств, однако население не подозревает о том, что власти преподносят информацию в выгодном для себя свете.

Как было указано выше, в арабских странах чаще всего освещают события государственной (в основном, внутренние мероприятия) и религиозной сфер. Находясь под контролем правительства, материалы информационных агентств подвергаются жесткой цензуре с целью передачи фактов, необходимых исключительно властным структурам. Такое искажение фактов, являясь действенным инструментом политического управления, негативно влияет на формирование общественного сознания, в частности общественного мнения народов представленных государств. Рассмотрим процесс манипуляции общественным сознанием в арабских странах с помощью СМИ на конкретных примерах.

Задачей СМИ Саудовской Аравии является пропаганда идей незыблемости существующего положения, исламской солидарности, верности Корану и исламу [11]. Периодические печатные издания не занимаются социально-политическими вопросами, а направлены на сплочение арабов. Авторитет религиозных деятелей и низкая грамотность населения не позволяют печати поднимать острые проблемы.

Правительству Президента Хосни Мубарака в Египте за время пребывания у власти удалось значительно улучшить экономические показатели в стране, сократив разрыв между доходами разных слоев населения. Однако СМИ Египта представляли данные в виде сухой статистики, что привело к росту недовольства населения проводимой государственной политикой. Казалось, президент ничего не делает для страны, и менее развитые страны опережают Египет по многим показателям.

Пропаганда богатой и красивой жизни на Западе в ряде телепередач и фильмов, транслируемых по каналам арабских стран, подтолкнул волну

массовых выступлений молодежи на Ближнем Востоке. События, вошедшие в историю под названием «арабская весна» (в Тунисе и Египте), продемонстрировали всему миру мощное воздействие информационно-коммуникационных технологий на массы.

Умелое использование информационных технологий в подходящей социальной обстановке (как это было с «арабской весной») позволяет направлять и контролировать поведение взбунтовавшихся масс дистанционным способом. В сознании населения создается иллюзия, что протестное движение и информационное поле битвы, организованные в Интернет-пространстве – это достижения самого народа, реализация его гнева, направленного против несправедливости. В реальности же дело обстоит совершенно иначе.

Известным примером тому является акт публичного самосожжения торговца овощами из Туниса М. Буазизи у мэрии города 14 декабря 2010 года [3]. Новость о суициде транслировалась по всем каналам, где Буазизи был представлен как жертва режима. Согласно версии арабских СМИ, молодой человек был хорошо образован, однако, в связи с высоким уровнем безработицы в стране, он не смог найти себе работу и перебивался небольшими заработками от продажи овощей. Незадолго до смерти его товар был конфискован полицейскими Туниса, которые также нанесли ему оскорбление в виде пощечины. Не вынес моральных страданий и унижения, М. Буазизи покончил с собой путём самосожжения.

Волна непрекращающихся возмущений со стороны общественности, развернувшаяся в социальных сетях и СМИ, вылилась в массовые демонстрации за социальные права и против безработицы. Однако экономические лозунги быстро были заменены политическими требованиями смены режима Бена Али.

На самом деле история погибшего тунисца достаточно банальна. Он рано оставил школу, никогда и нигде не работал, выпивал. Но средства массовой информации представили случившееся в такой форме, которая,

безусловно, нашла отклик в сознании молодежи, увидевшей в трагедии молодого тунисца свою неустроенную судьбу. Таким образом, из бытового самоубийства был создан национальный миф о мученике и жертве жестокого режима [2].

В январе 2011 г. похожие беспорядки охватили Алжир, и затем «арабская весна» уже по аналогичному сценарию перенеслась в Бахрейн, Йемен, Марокко и Ливию. Видеоролики с места революционных событий транслировались по всем социальным сетям и на телевидении, огромное количество сообщений и статей выходило и в периодической печати.

Ведущая роль в освещении событий «арабской весны» принадлежала двум арабским телеканалам – «Аль-Арабия» и «Аль-Джазира». Их главной целью было пробудить симпатии к восставшим как в своем регионе, так и за рубежом. По мнению экспертов, популярность катарского канала «Аль-Джазира» была неоспорима, а ежедневный просмотр информационных сообщений этого канала стал неотъемлемой частью будней арабского населения.

Манипуляции общественным сознанием во время арабской смуты осуществлялись с помощью распространения ложной информации о происходящих событиях. Причем сценарий подобных кампаний был один во всех «горячих точках»:

1. Сообщения о прохождении мирных массовых демонстраций, подавляемых режимом.
2. Победное шествие протестантов по городам.
3. Поддержка «революционеров» вооруженными силами.
4. Бегство из страны «кровавого диктатора».

Очень популярным приемом в СМИ является опубликование информации о жестокой расправе над несуществующими «героями революции», как это было с сирийской блогершей Аминой Арраф, которую якобы «похитил сирийский режим в Дамаске» [9].

По телевидению и Интернету распространялись целые инсценировки. Например, о ликовании народа на Зеленой площади в Триполи 21 августа 2011 года по поводу взятия города повстанцами, тогда как точно известно, что центр города был под контролем правительственных сил до 24 августа. Другой пример – действия Совета безопасности по принятию резолюций 1970 и 1973 в отношении Ливии, которая, по сведениям «Аль-Джазиры» и других телеканалов, наносит авиационные удары по мирным демонстрациям (информация также оказалось ложной) [4].

Искажение в СМИ реальности происходящих событий имеет конкретную цель: зарождение сомнений в сознании населения о правильности проводимой политики главой государства и о его положении в стране. Так в августе 2012 года было распространено лживое сообщение о том, что вице-президент САР Фарук Шараа бежал в Иорданию.

Дезинформация направлена также на подрыв морального духа правительственных сил, как это было во время боев за Триполи, когда появились сообщения о захвате в плен сыновей Муаммара Каддафи – Сейф аль-Ислама, Мухаммеда и Саади, и капитуляции защищавшей казармы Аль-Азизийя Гвардии Джамахирии.

Подобных примеров можно привести великое множество, однако из всего вышесказанного важно понять одно: средства массовой информации являются мощным средством манипуляции общественным сознанием. Будь то арабские страны или западные государства, схема управления массами всегда одна и та же. Правительства умело используют различные средства манипуляции для того, чтобы направить деятельность своих «подданных» в нужное русло.

Современный человек уже не мыслит себя без телевидения, радио, Интернета. Всю информацию сегодня он получает из этих источников и воспринимает её как норму, не анализируя и не пытаясь осмыслить увиденное или услышанное.

В арабских странах в этом смысле манипулировать сознанием общества посредством СМИ намного легче, так как грамотность населения, а также квалификация журналистов, оставляют желать лучшего. Активное внедрение правительством «нужных убеждений» приносит колоссальные результаты. Успешность манипуляции основывается на том, что люди не делают попыток тратить силы на то, чтобы просто усомниться в сообщениях, так как пассивно воспринять информацию гораздо легче, чем её перерабатывать.

Манипуляция общественным сознанием с помощью СМИ может привести к началу массовых протестов населения, к свержению политического режима и лидеров, может навязать неправильные стереотипы и образы, которые пропагандируются властями с определенными целями. Одним словом – это мощное оружие в борьбе за власть, за укрепление позиций правительств разных стран. Методы психологической войны (как еще называют процесс манипуляции общественным сознанием) посредством СМИ на сегодняшний день являются неотъемлемой частью внутренней и внешней политики государств.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Анализ состояния СМИ современных арабских стран [Электронный ресурс]. URL: <https://megaobuchalka.ru/4/10726.html> (дата обращения 02.02.2019).
2. Антюхова Е.А. «Арабская весна»: новые механизмы смены авторитарных режимов // Вестник МГИМО. 2015. № 2. С. 201-209.
3. Васильев М.В. ИКТ как фактор «арабской весны» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.geopolitica.ru/article/informacionno-kommunikativnye-tehnologii-kak-faktor-arabskoj-vesny> (дата обращения 02.02.2019).
4. Грабельников А.А., Дерхами А. Освещение событий «Арабской весны» телеканалом «Аль-Джазира» // Вестник Российского университета

- дружбы народов. Серия: «Литературоведение, журналистика». 2015. № 2. С. 75-80.
5. Губенко М.С. Телевизионная коммуникация как фактор виртуализации массового сознания: автореф. дис. ... канд. филос. наук. М.: Военный университет, 2009. 24 с.
 6. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М., Издательство МГУ, 2006. 344 с.
 7. Журналистика стран Северной Африки и Ближнего Востока в современных условиях [Электронный ресурс]. URL: https://studopedia.su/1_48575_zhurnalistika-stran-severnoy-afriki-i-blizhnego-vostoka-v-sovremennih-usloviyah.html (дата обращения 02.02.2019).
 8. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2007. 490 с.
 9. Къеза Дж., Кабрас П. Глобальная матрица. М., 2012. 256с.
 10. Манипулирование общественным сознанием [Электронный ресурс]. URL: <https://arifkhanova.livejournal.com/2009.html> (дата обращения 02.02.2019)
 11. Подцероб А.Е. Арабская смута: роль пропаганды и современных информационных технологий [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iimes.ru/?p=15619> (дата обращения 02.02.2019).
 12. Тощева Н. Медиа-манипулирование общественным сознанием [Электронный ресурс]. URL: <https://pandia.ru/text/80/611/55167.php> (дата обращения 02.02.2019).

REFERENCES:

1. Analysis of the state of the media in modern Arab countries [Electronic resource]. URL: <https://megaobuchalka.ru/4/10726.html> (Access date 02/02/2019).
2. Antyukhova E.A. “Arab Spring”: new mechanisms for changing authoritarian regimes // MGIMO Bulletin. 2015. № 2. P. 201-209.

3. Vasiliev M.V. ICT as a factor of the “Arab Spring” [Electronic resource]. URL: <https://www.geopolitica.ru/article/informacionno-kommunikativnye-tehnologii-kak-faktor-arabskoy-vesny> (Access date 02/02/2019).
4. Grabelnikov A.A., Derkhani A. Cover of the “Arab Spring” events by the Al-Jazeera channel // Russian Peoples' Friendship University Bulletin. Series: Literary Studies, Journalism. 2015. № 2. P. 75-80.
5. Gubenko M.S. TV communication as a factor of mass consciousness virtualization: avtoref. diss... PhD. M.: Military University, 2009. 24 p.
6. Dotsenko E.L. Psychology of manipulation: phenomena, mechanisms and protection. M.: MSU Publishing House, 2006. 344 p.
7. Journalism of the North Africa and the Middle East countries in modern conditions [Electronic resource]. URL: https://studopedia.su/1_48575_zhurnalistika-stran-severnoy-afriki-i-blizhnego-vostoka-v-sovremennih-usloviyah.html (Access date 02/02/2019).
8. Kara-Murza S.G. Manipulation of consciousness. M.: Eksmo, 2007. 490 p.
9. Chiesa J., Cabras P. Global Matrix. M., 2012. 256 p.
10. Manipulation of public consciousness [Electronic resource]. URL: <https://arifkhanova.livejournal.com/2009.html> (Access date 02/02/2019)
11. Podtserob A.E. Arab distemper: the role of propaganda and modern information technology [Electronic resource]. URL: <http://www.iimes.ru/?p=15619> (Access date 02/02/2019).
12. Toshcheva N. Media Manipulation of Public Consciousness [Electronic resource]. URL: <https://pandia.ru/text/80/611/55167.php> (Access date 02/02/2019).

Губенко Максим Сергеевич

кандидат философских наук

преподаватель кафедры морально-психологического обеспечения

Военный университет Министерства обороны Российской Федерации

123001, г. Москва, Б. Садовая ул., д. 14.

ericlavanda@gmail.com

Дёмин Павел Евгеньевич

заместитель командира парашютно-десантного батальона

390013, г. Рязань, Михайловское шоссе, д. 250, корп.7. кв.56

8960574888@mail.ru

Gubenko Maksim Sergeevich

Candidate of Philosophy

Lecturer at the Department of Moral and Psychological Support

Military University of the Ministry of Defence of the Russian Federation

B. Sadovaya ul., d.14, Moscow, Russia, 123001

Demin Pavel Evgenievich

Deputy Commander of the paratrooper battalion

Mikhailovskoe shosse street, 250/7/56, Ryazan, Russia, 390013