



УДК: 316.6-057.87

ИМИТАЦИИ КАК ТЕХНОЛОГИЯ МАНИПУЛИРОВАНИЯ МАССОВЫМ МОЛОДЕЖНЫМ СОЗНАНИЕМ

Е.В. ПАНКРАТОВА¹
Л.Н. ШМИГИРИЛОВА²

¹*Ивановский государственный университет*

e-mail:
e_pankratova@land.ru

²*Белгородский государственный университет*

e-mail: shmigirilova@bsu.edu.ru

Статья посвящена проблемам изучения явления имитации в современном российском обществе. В ней рассматриваются имитационные практики как технологии манипулирования массовым молодежным сознанием. Воздействие имитационных практик на массовое сознание молодежи раскрывается и анализируется по двум направлениям. Первое позволяет раскрыть имитации в СМИ и их влияние на массовое молодежное сознание. Второе – имитации в различных сферах общественного бытия и их воздействие на процессы, происходящие в молодежной среде.

Ключевые слова: имитации, молодежь, массовое молодежное сознание, манипуляция, масс-медиа.

В настоящее время многие управленческие процессы несут в себе существенный потенциал имитаций. Имитации или симулякры представляют собой одну из разновидностей социального бытия, в котором нематериальная символическая реальность пытается выдать себя за материальную вещественную реальность, что делает невозможным для массового сознания адекватное представление об окружающем мире.

Превращение социальной реальности в эфемерную и нестабильную явно коррелирует с возрастанием в жизни людей роли стереотипов и образов реальности, замещающих саму реальность. Симулятивная (сымитированная) реальность предполагает взаимодействие человека не с вещами, объектами, процессами, а с их образами. В эпоху постмодерна индивид погружается в виртуальную реальность симуляций и во все большей степени воспринимает мир как «спектакль» или игровую среду, сознавая ее условность, управляемость ее параметров и возможность/невозможность выхода из нее¹.

Согласно мнению Т.А. Шалюгиной, *имитация* в пространстве социокультурной реальности – это социальное явление, проявляющееся в искажении социальной определенности, в основе которого – процессы социального действия, связанные с подменой предметно-смысловой реальности путем конструирования символической социальной реальности, создания видимости, «кажмости»².

Особенностью современного российского общественного развития является наличие большого количества искусственных симулятивных образов массового сознания, возникающих в различных сферах общественного бытия и активно воздействующих на психику людей и социальные процессы. Главной их особенностью, даже опасностью, является то, что они имеют мало общего с реальной действительностью или не имеют его вовсе.

Как показывает практика, такому опасному воздействию в особенности подвержена молодежь, поскольку именно ей свойственны несформированность «ценностного поля», лабильность сознания, обусловленная социально-статусной и социально-психологической переходностью данной социальной группы, отсутствием жизненного опыта. Неустойчивость как имманентная характеристика сознания молодежи предопределяет подверженность молодежи манипулированию. Симулякры, фантомы, утопичные идеалы нестабильного общества способствуют формированию у молодого человека лож-

¹ Шалюгина Т.А. Имитация в современном российском обществе: сущность, субъекты воздействия, социальное пространство проявления: автореф. дис. ... д.ф.н. Ростов н/Д, 2012. - С. 4.

² Там же. С. 5.



ного сознания парадоксального типа, повышают вероятность манипулирования сознанием молодежи³.

В данной статье в фокусе интересов находятся объекты, которые можно рассматривать в трех научных плоскостях: массовое сознание и манипулирование массовым сознанием; имитации как технология манипулирования; молодежь как объект манипулирования. Все три направления, которые рассматриваются в настоящей работе, так или иначе, увязываются с деятельностью средств массовой информации, так как манипуляция массовым сознанием в большинстве случаев осуществляется посредством управления информационными потоками. А такие способы скрытого принуждения личности к определенному поведению, как «зомбирование», «манипулятивные технологии», «психологические операции», «политические кампании» (информационно-пропагандистские, рекламные и т.п.), «комплексные манипуляции», «политические игры», «лоббирование», «кризисные технологии» и т.д. используются в СМИ, вероятно, с первого дня их существования.

Обращение к имитациям в настоящее время особенно актуально, поскольку их исследование позволяет понять механизмы и степень их воздействия на социально-психологическую безопасность молодого человека и общества в целом.

Проблематика воздействия масс-медиа на массовое сознание представлена в литературе в своем общеконцептуальном виде – в качестве составной части более широкого комплекса вопросов по осмыслению специфики властеотношения в современном обществе. В рамках этого изучаются вопросы, раскрывающие своеобразие формирования современной массовой культуры, внутренние механизмы массового сознания, экономическое измерение современного социума в его взаимосвязи с политическими процессами. Рассмотрение названных выше вопросов имеет серьезную традицию в истории социальных наук. Среди авторов, разрабатывавших эту проблематику, следует выделить таких исследователей, как П. Бергер, Ж. Бодрийяр, С. Жижек, Н. Луман, Г. Маркузе, Ж.-Л. Нанси, Л.М. Тираспольский, М. Фуко и др.⁴ В их работах анализируются общие проблемы властеотношения и его частные аспекты, реализующиеся в массовом сознании.

Проблемы мифического элемента в политическом сознании представлены в работах Т.В. Евгеньевой, Н.Г. Щербининой (теория «политического хронотопа»)⁵. Основоположником данного подхода следует признать М.М. Бахтина, раскрывшего понятие «хронотоп» в качестве элемента, задающего содержание любого коммуникативного акта⁶. Миф как исторически обусловленную разновидность общественного сознания выделяют А.Н. Савельев и Е.И. Шейгал⁷.

В целом, будучи всесторонне проанализированной, проблематика массового сознания в аспекте его природы, структурной организации и общественных функций представляет собой широкое поле для дальнейшего углубленного изучения и постановки новых вопросов.

Научные изыскания и теоретические конструкции в русле «имитации как технология манипулирования» представлены широким спектром трудов. Представляется воз-

³ Сорокин О.В. Особенности политического сознания молодежи в условиях нестабильности: Материалы XIV Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов-2007» МГУ. URL: http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2007/17/sorokin_ov.doc.pdf (дата обращения: 16.11.2012).

⁴ Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания; Пер. с англ. Е. Руткевич. М., 1995; Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального; Пер. с фр. Н.В. Суслова. Екатеринбург, 2000; Жижек С.О насилии. М., 2010; Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории; Пер. с нем. И.Д. Газиева; под ред. Н.А. Головина. СПб., 2007; Маркузе Г. Критическая теория общества. М., 2011; Нанси Ж.-Л. Непроизводимое сообщество; Пер. с фр. Ж. Горбылевой. М., 2011; Тираспольский Л.М. Золотой век: [философские раздумья]. М., 1995; Фуко М. Интеллектуалы и власть: статьи и интервью, 1970-1984: В 3 ч.: Ч. 3; Пер. с фр. Б.М. Скуратова. М., 2006.

⁵ Евгеньева Т.В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. Спецкурс по политической психологии. СПб., 2007; Щербинина Н.Г. Теории политического лидерства. М., 2004.

⁶ Бахтин М.М. Формы времени и хронотопа в романе. Очерки по исторической поэтике // Вопросы литературы и эстетики. М., 1975.

⁷ Савельев А.Н. Политическая мифология и политическая технология // Москва. 1998. № 8; Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. Монография. Москва – Волгоград, 2000.



возможным выявить основные группы подходов и концепций, в которых с различных позиций анализируется тема исследования.

Первую группу представляют подходы и концепции, в которых рассматриваются различные виды и формы проявления имитации как социального явления.

Анализируя имеющуюся литературу, приходим к выводу, что онтологическая природа имитации и механизмов ее проявления проходит стадию осмысления. Так, в политической философии, политологии и политической публицистике встречается особенно много публикаций, связанных с тематикой имитаций. Например, политический философ и публицист С.Г. Кара-Мурза связывает имитацию с угасанием рациональности и полагает, что к имитации склоняются культуры, оказавшиеся неспособными ответить на вызов времени, что служит признаком упадка⁸.

А.А. Зиновьев определяет имитацию как «сознательные действия людей по созданию объектов-имитантов... Это делается как подражание и подделка для создания видимости»⁹. Ж.Т. Тощенко рассматривает имитацию в русле проблематики «кентавризма»¹⁰.

Во вторую группу входят труды, в которых рассматриваются феномен виртуальной реальности, проявление виртуальности в обществе, теория конструирования симулятивных образов массового сознания. В работах таких исследователей, как Л.А. Микешина, М.Ю. Опенков, С.И. Орехов, А.М. Орлов, В.Н. Порус, прослеживается сущность виртуальной реальности, обладающей собственной природой, закономерностями, причинно-следственными связями, механизмами развития и воздействия на внешние для нее объекты¹¹. И.В. Голуб разрабатывает онтологические основания существования человека и его сознания в симулятивном пространстве¹².

Сущность массового сознания, а также особенности и характерные черты, присущие массовому сознанию, такие как фрагментарность, карнавализация, мифологизм, символизм, манипулируемость, и способствующие реализации симулятивных образов в обществе, изучались Ж. Бодрийяром, Э.Г. Дебором, И. Гофманом, С.Г. Кара-Мурзой, Э. Кассирером, Г. Маклюэном, У. Эко¹³.

Ж. Батай, Ж. Бодрийяр, Ж. Делёз, С. Жижек, П. Клоссовски обращаются к выявлению сущности симулякра как одного из симулятивных образов¹⁴.

Т.В. Елисеева выявляет сущность симулятивных образов массового сознания современного российского общества¹⁵.

Третья группа объединяет научные работы, посвященные теории и практике социальной коммуникации и манипулированию личностью, общественным сознанием при помощи социальных имитационных технологий.

Так, Г.В. Грачев и И.К. Мельник рассматривают проблему манипулирования людьми с использованием различных способов и технологий информационно-

⁸ Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. (Серия: История России. Современный взгляд). М., 2000.

⁹ Зиновьев А.Л. Фактор понимания. М.: Алгоритм, Эксмо, 2006.

¹⁰ Тощенко Ж.Т. Кентавр-проблема. Опыт философского и социологического анализа: монография. М.: Новый хронограф, 2011. - С. 208.

¹¹ Микешина Л.А., Опенков М.Ю. Новые образы познания и реальности. М., 1997; Орехов С.И. Виртуальная реальность: исследование онтологических и коммуникационных основ: Автореф. дис. ... д.ф.н. Омск, 2002; Орлов А.М. Виртуальная реальность: Пространство экранных культур как среда обитания. М., 1997; Порус В.Н. Виртуальное пространство: иллюзия свободы // Компьютерра. 2000, № 39.

¹² Голуб И.В. Сознание человека в бытии симулированного пространства: Автореф. дис. ... канд. филос. наук. М., 2003.

¹³ Бодрийяр Ж. Система вещей. М., 1991; Ги Дебор Э. Общество спектакля. М., 2000; Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта. М., 2003; Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М., 2004; Кассирер Э. Техника современных политических мифов // Вестн. МГУ. Сер. 7. Философия. 1990. № 2; Маклюэн Г. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М., 2003; Эко У. «Карнавализация» нравов. Как отличить серьезное от фарсового? // ИНОСМИ.RU. 2002. 4 июля.

¹⁴ Батай Ж. Внутренний опыт. СПб., 1997; Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М., 2000; Делёз Ж. Платон и симулякр // Новое литературное обозрение. 1993. № 5; Жижек С. Добро пожаловать в пустыню Реального. М., 2002; Клоссовски П. О симулякре в сообщении Жоржа Батая // Комментарии. 1994. № 3.

¹⁵ Елисеева Т.В. Симулятивные образы массового сознания современного российского общества: Автореф. дис. ... канд. филос. наук. М., 2010.



психологического воздействия¹⁶. С.А. Шомова исследует социокультурные тенденции и механизмы политической коммуникации, процесс встраивания коммуникативного акта в политическую реальность, проблемы формирования субъектно-объектных связей в политико-коммуникативном акте¹⁷.

В научных изысканиях Ю.П. Буданцева, С.В. Коновченко, С.Г. Корконосенко, Г.В. Лазутина, В.Ф. Олешко, Е.П. Прохорова, Ю.А. Шерковина¹⁸ описывается арсенал возможностей влияния СМИ, психолингвистические особенности языка СМИ как основного средства воздействия на массовое сознание, а также проблемы информационно-психологической безопасности личности и общества, что позволяет изучить взаимодействие СМИ с различными социальными институтами, которые формируют сознание молодежи.

Особое внимание проблемам ментальной, социальной и политической идентификации молодежи в информационную эпоху, ее социализации уделяют Ю.А. Зубок, В.Т. Лисовский, В.А. Лукова, А.С. Панарин, В.Д. Попов, А.В. Шевченко, Э. Эрикссон и др. Труды этих ученых позволяют расширить представления об условиях, механизмах, референтных группах идентификации, показать роль социальных институтов¹⁹.

Проблемное поле, в рамках которого можно рассматривать феномен имитаций, приобретает достаточно обширный характер, включающий в себя, в том числе, определение содержания понятий симуляции и симулякра, виртуальности, виртуальной реальности и других терминов и понятий, близких по смыслу к понятию имитации. Понятие «имитация» и механизмы ее проявления проходят стадию осмысления в современном социологическом знании.

В научной литературе понятие имитации соотносится с такими понятиями, как «виртуальность» и «виртуальная реальность». Социальная реальность становится все более прозрачной, «обманчивой», нереальной, что подтверждается возрастанием в жизни людей роли различного рода симулякров – образов реальности, замещающих саму реальность. Виртуализация проникает во все проявления общественной жизни, информационные отношения, формирует новую форму восприятия бытия. В процессах виртуализации массовое сознание деформируется; происходит формирование идеальных образов действительности, имитирующих и замещающих саму реальность. При этом распространение симулятивных образов имеет ряд возможных последствий, среди которых следует назвать эскапизм (стремление человека уйти от действительности в вымышленный мир иллюзий), шизофренизацию (расщепление сознания субъекта, когда он срывается с симулякром, что приводит к появлению шизофренической личности, для которой свойствен эффект двойного присутствия) и консьюмеризм (идея о возможности достижения социального превосходства, счастья через потребление, зависимость от вещей, которые становятся символом причастности к некоей общественной группе)²⁰.

В качестве «генератора» симулятивной реальности и информационных потоков выступают масс-медиа, в арсенале которых имеются разнообразные манипулятивные приемы и средства воздействия на массовое сознание, особенно сознание молодежи.

Наиболее абстрактный и целостный подход к манипуляции массовым сознанием представлен в работах Г. Дебором²¹, который анализирует не отдельные манипулятивные

¹⁶ Грачев Г.В., Мельник И.К. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. М., 2002.

¹⁷ Шомова С.А. Политическая коммуникация: социокультурные тенденции и механизмы. М., 2004.

¹⁸ Буданцев Ю.П. Нравственные истоки журналистского творчества. М., 2001; Коновченко С.В. Власть, общество и печать в России. Ростов-на-Дону, 2003; Журналистика в мире политики. Ред. сост. С.Г. Корконосенко, СПб., 2004; Лазутина Г.В. Журналистика и качество массовых информационных потоков: этический аспект // Вестник московского университета. Сер. 10. 2004. №1; Олешко В.Ф. Журналистика как творчество. Екатеринбург, 2002; Прохоров Е.П. Исследуя журналистику. М., 2005; Шерковин Ю.А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. М., 1973.

¹⁹ Цит. по: Шмигирилова Л.Н. Регулирование информационных предпочтений студенческой молодежи в медийном пространстве: дис. ... канд. социол. наук. Белгород, 2008. - С. 11.

²⁰ Шалюгина Т.А. Имитация в современном российском обществе: сущность, субъекты воздействия, социальное пространство проявления: автореф. дис. ... д.ф.н. Ростов н/Д, 2012. - С. 16.

²¹ Дебор Г. Общество спектакля. М., 2000.



приемы, а глобальную мистерию, создаваемую всеми существующими СМИ. Обозначенные «субъекты» с помощью глобальных мистификаций действительности формируют, по мнению Г. Дебора, саму информационно-оценочную среду, «виртуальную макро-реальность», которая, в свою очередь, создает требующееся для сценаристов-режиссеров общественное мнение.

«Зрительское сознание, – пишет Г. Дебор, – узник уплощенной вселенной, ограничено экраном спектакля, за который была вынесена его собственная жизнь, теперь знает только фиктивных собеседников, которые рассказывают ему исключительно о своем товаре и о политике их товара²². Он отмечает стирание границ в спектакле между «Я» и миром, посредством деформации «Я», между истинным и ложным.

Для нас позиция Г. Дебора важна, прежде всего, тем, что она «обнажает» всю грандиозную псевдо-реальность, которая создается манипуляторами, лишая человека самой возможности разобраться в сути происходящих вокруг него событий. А, учитывая то, что сознание молодежи лабильно и подвержено манипулированию, это непонимание усиливается.

Целью предпринимаемого исследования является изучение влияния имитационных управленческих практик на массовое сознание молодежи.

В ходе проведенного исследования была предпринята попытка проанализировать воздействие имитационных практик на массовое сознание молодежи по двум направлениям: 1) имитации в СМИ и их влияние на массовое молодежное сознание; 2) имитации в различных сферах общественного бытия и их воздействие на процессы, происходящие в молодежной среде.

Массовое молодежное сознание имеет тесную взаимосвязь с образами; образы, в значительной степени искажая реальность и формируя неподлинную действительность, в определенной мере дезорганизуют молодого человека и делают возможным манипулирование его массовым сознанием. Именно СМИ транслируют и внедряют образы, имитируя и подменяя реальность иллюзорным (эфемерным) миром. Как показывает проведенное в рамках проекта «Имитационные и конструктивные практики в управлении процессом модернизации российского социума» среди студентов белгородских вузов (N=100) исследование, влияние СМИ носит преобладающий характер в формировании мнений, установок и ценностей. Так, 81,50% респондентов наиболее полную информацию о внешних и внутренних событиях получают из СМИ, прежде всего, из передач центрального телевидения. Из разговоров с товарищами, близкими людьми черпают наиболее важную информацию 16,00% респондентов. 32,50% опрошенных признали, что информацию получают из Интернета. Таким образом, телевидение является центральной составляющей культурного процесса. Телевидение, являясь основным каналом трансляции массовых норм и ценностей, культивирует собственный способ подачи информации: визуальную динамику, «action», скорость смены картин и образов и т.п. Чем больше времени молодые люди смотрят телевизор, тем в большей степени их социокультурные представления находятся под влиянием содержания передач, несущих в себе, как правило, «видимость» и подобие реальности. При этом формируется искаженное восприятие, ложная интерпретация и/или оценка окружающей действительности.

Редуцируя информационный выбор до информационного предпочтения, выраженного в ходе опроса, мы можем получить эмпирический показатель, в той или иной степени характеризующий индивидуальное сознание молодежи. В свою очередь, доля индивидов, оказавших предпочтение или доверие тому или иному политическому, «киношному» или иному персонажу, может являться показателем состояния массового молодежного сознания. Трудно оспаривать тот факт, что основной поток информации молодежь получает из СМИ. Примеры для подражания молодые люди ищут среди кинозвезд (38,20%), поп-певцов (29,40%), бизнесменов (24,80%) и политиков (21,00%). С экранов исчезают люди из сферы материального и духовного производства, и если раньше на обложках популярных журналов можно было обнаружить ученых, космонавтов, спортсменов, то сегодня на страницах прессы и на телевидении прочно обосновался герой с несложным набором личностных качеств, не обремененный глубокими раздумья-

²² Дебор Г. Общество спектакля. М., 2000. С. 113.



ми, легко идущий по жизни. Молодое поколение начинает искренне верить, что в жизни не труд – источник всякого богатства, а удача. В данном случае, создается сымитированная реальность, которая характеризуется:

– гламуризацией – круговращением беспредметных образов роскоши, шика, внешнего блеска, «мишуры», маскирующим подлинное, способствующим забвению реальности и ее подмене;

– игризацией – взаимопроникновением игровой деятельности и культуры, внедрением принципов игры (азарта, риска, случая, успеха) в прагматические жизненные стратегии и др.

Вопрос определения предпочтений жанровой тематики в кинорепертуаре позволил обозначить гендерную дифференциацию интересов молодежной аудитории. Она проявляется, в частности, в том, что зрители-юноши предпочитают смотреть «боевики» (48,00%) и эротические фильмы (34,00%); семейно-бытовые фильмы смотрят лишь 10,00% мужской половины респондентов, мелодрамы – 12,00%. Девушки, напротив, увлекаются такими киножанрами, как мелодрама (54,0%), а также смотрят семейно-бытовые фильмы (36,0%). «Боевики» смотрят 17,00% женской аудитории. Однако и те, и другие увлекаются историческими фильмами (юноши – 51,00%, девушки – 48,00%), комедиями (юноши – 68,00%, девушки – 72,00%), приключенческими фильмами (юноши – 56,00%, девушки – 53,00%). На первый взгляд, анализируемая ситуация не вызывает какой-либо критической оценки. На вопрос «Оказывают ли влияние на Ваши жизненные принципы фильмы, которые Вы смотрите», большая часть опрошенных утверждает отрицательно (57,00%). Но как показывает практика и собственные наблюдения, молодежь в большинстве своем копирует манеру поведения запомнившихся актеров, кинозвезд. Фильмы формируют модели поведения в будущем. Это искаженный эффект массовой культуры: косвенное воздействие путем навязывания стереотипов мышления и поведения.

39,50% респондентов определили СМИ как инструмент управления сознанием; 29,70% – как «четвертую власть», 25,80% – как подручных власти. Во всех трех вариантах ответов имеет место понимание молодежью того, что СМИ «тесно срастается» с такими понятиями, как власть, управление, манипулирование. Противоречивость такого понимания, на наш взгляд, заключается в том, что попытки управлять как отдельным человеком, так и группой людей, как правило, встречают сопротивление. Что, кстати, нельзя сказать, в большинстве случаев, о современной молодежи. У инициатора управляющего воздействия (СМИ или люди, наделенные властью) есть два пути: а) попытаться заставить выполнить навязываемое действие, то есть сломить сопротивление – это действие можно охарактеризовать как открытое управление; б) замаскировать управляющее воздействие так, чтобы оно не вызвало возражений адресата, что может быть названо скрытым управлением. Именно скрытое властное управление адресатом против его воли, дающее инициатору односторонние преимущества, может быть охарактеризовано в качестве манипуляции. Мишенями манипулятивного воздействия становятся особенности личности адресата, его потребности, имеющиеся слабости, желания, сознание, воздействуя на которые инициатор стимулирует объект к принятию нужного решения. Такое скрытое воздействие не может отразиться молодежная аудитория в силу недостаточного опыта работы с информацией. Критическая способность молодого человека (т.е. ориентация на самостоятельный анализ и фильтрацию приобретаемого знания) по отношению к масс-медийной информации гораздо менее развита и эффективна. Именно в этом аспекте духовной жизни общества открываются наиболее широкие возможности для управления ею.

Конструирование имитаций, искусственных симулятивных образов в массовом сознании широко представлено в различных социальных сферах. Так, в экономической сфере имитации являются продуктом виртуальной экономики, субстанцией, не имеющей вещественного воплощения, и, как показывает мировой опыт последних лет, активно способствующей нынешнему мировому финансово-экономическому кризису. В социальной сфере, где они имеют форму национализма и мультикультурализма в национальных отношениях, обязанных своим возникновением не осознанию подлинно существующей между людьми общности, а воображаемым конструкциям, способствующим национальной сегрегации. В политической сфере имитации выступают политическими псевдообра-



зованиями: лимитрофами (не состоявшими в полной мере суверенными государствами) и fake-структурами, имитирующими гражданское общество. В идеологической подсистеме духовной сферы они проявляются в симулякре богатства (внеморального экономического успеха). В искусстве симулякры могут быть представлены грубо-материалистическим романтизмом «искусственного рая» бульварной литературы и садомазохистскими интенциями в современном кинематографе и фотографии. В науке большое распространение получили исторические симулякры, искажающие и подменяющие истинные исторические факты.

Одним из важнейших процессов, протекающих в молодежной среде, является самоорганизация. В широком значении самоорганизация молодежи представляет собой процесс упорядочивания внутренних и внешних связей молодежи, как особой социально-демографической группы, ее отдельных подструктур и личностей под влиянием изменений молодежной среды и социального окружения. Доминирование патерналистско-иррационального сознания и поведения молодых людей ведет к распространению превращенных форм самоорганизации, к их имитации, то есть к декорации и демонстрации объединения на якобы мировоззренческой, а в действительности – формально символической основе. В этой связи процесс самоорганизации все более детерминируется симулякрами и все более имитируется²³. Симулякры патриархально-коллективистской модели самоорганизации наиболее ярко проявляют себя в националистических (псевдонационалистических), конфессионально ориентированных, политических молодежных объединениях, выражаясь, прежде всего, в конструировании их внешней (поверхностной) стороны: знаков, организационных структур и коммуникационных кодов.

Нельзя отрицать, что в последние десять лет государство заметно модифицировало молодежную политику и начало активно вмешиваться в самоорганизационные процессы. Однако переоценка ценностей в данной связи не означала, что государственная молодежная политика приобрела системный характер. Доминирующим стал так называемый «акционистский» подход. В контексте его для определения предпринимаемых действий в отношении молодежи в последнее время широко используется понятие «акция». Под акцией обычно понимают заранее спланированное, локализованное по месту и времени мероприятие, контролируемое его организаторами и предусматривающее реальное, но нередко и демонстративное участие специально отобранной группы молодежи. Проявляется довольно опасная тенденция рассматривать молодежную политику как последовательность формально разноплановых акций, объединенных общей задачей. Это является основанием для разработки так называемых целевых программ, наличие которых все чаще становится формальным показателем внимания к молодежным проблемам и показателем активности в их решении.

В сложившейся ситуации сложно рассчитывать на доверительные отношения молодых российских граждан к государству и государственной власти. Обратимся к исследованиям 2008 и 2012 гг., проведенных кафедрой социальных технологий НИУ «БелГУ». По их данным, в молодежной среде преобладает убеждение, что государство вспоминает о молодежи время от времени (так заявили 36,19% респондентов в 2008 году и 37,97% в 2012 году). Очевидно, речь в данном случае идет об организации упомянутых выше акций, которые в последнее время все чаще ориентируются на избирательные кампании. Отметим, что доля молодых людей, уверенных, что государство не уделяет им внимания, за четыре года выросла более чем на 7,00% и составила 19,18%. Правда, при этом возросла доля тех, кто убежден в том, что государство постоянно поддерживает молодежь и помогает ей (с 7,33% до 11,16%).

Преимущественно негативное восприятие государства проявляется и в низком уровне доверия к основным государственным и муниципальным структурам. Так, исследование 2012 года показало: Президенту РФ доверяют 21,93% молодых людей; Государственной Думе РФ – 8,16%; главам исполнительной власти регионов (губернаторам) – 8,16%; представительным органам власти субъектов РФ – 4,61%; главам администраций муниципальных образований – 4,48%. Крайне низким уровнем доверия молодежи пользуются полиция (0,33%) и органы безопасности (0,53%).

²³ Морозова Т.И. Регулирование процессов саморегуляции молодежи в социокультурном пространстве региона: монография. Белгород, 2012. - С. 65.



Имитационные и конструктивные практики довольно часто встречаются в политической сфере в форме игровых технологий или политических игр.

Политические «игры» представляют собой сложный синтез подлинно игровых и псевдоигровых элементов, организуя пространство политического взаимодействия и выполняя не только коммуникативно-управленческие, но и гедонистические функции, способствуя, с одной стороны, развитию деятельностных возможностей политики и политиков, а с другой, – вовлечению молодого человека в избирательный процесс, повышению его интереса к политическим проблемам. Политические «игры» в то же время отличаются специфическими характеристиками по сравнению с классической «игрой». Такая «игра» носит, скорее, технологический характер, когда не всегда соблюдаются параметры добровольности, свободы, искренности и партнёрства, весьма часто подчиняясь манипулятивным целям. Игровая имитация выдается за подлинность.

Партнёрство (в данном случае как регламентированная ненарушаемыми правилами политическая деятельность) заменяется манипуляцией, а одна из сторон (как правило, молодежь) превращается из субъекта в пассивный, ведомый чужими правилами объект. Игровое начало в политическом процессе обнаруживает функцию формирования воображаемого мира и придания ему черт правдоподобия. Тем самым в рамках заданного пространства соблюдается одно из важнейших условий игры: имитации в ней «другой», вымышленной реальности.

Результаты проведенного исследования ориентируют нас на следующие выводы. Во-первых, резкое изменение системы ценностей и символов веры ознаменовали серьезную перестройку в ценностно-смысловой структуре массового сознания и вызвали нарушение традиционных способов поддержания идентичности, своего рода кризис самоидентификации. Следствием этого явилась повышенная амбивалентность сознания, совмещающего в себе крайний скепсис и легкое верие, негативизм и чрезмерную внушаемость. Вполне правомерно возникает вопрос о степени изменения объективной реальности в индивидуальном и массовом молодежном сознании; вопрос санкционирования поступающей информации как истинной или ложной, разграничения реального и нереального.

Во-вторых, информационное общество создает виртуальные миры, стирает различия между ними и подлинной реальностью, резко расширяет сферу неопределенности, в которой постоянно пребывает молодежь, не имея возможности решить, что же истинно и что ложно. В этих условиях «шоумен» в киноиндустрии, политике и иных сферах играет роль «учителя жизни».

В силу указанных обстоятельств возрастает необходимость формирования благоприятных условий для развития у молодежи позитивно ориентированной социокультурной рефлексии. Поскольку одним из препятствий формирования и развития социокультурной рефлексии является высокий уровень мифологизации молодежного сознания, необходим комплекс мер, направленных на его демифологизацию. При этом под демифологизацией мы понимаем постепенное и последовательное преодоление стихийно сложившихся и целенаправленно сформированных мифов, стереотипов и иллюзий, дающих неадекватную интерпретацию различных аспектов бытия общества. Демифологизация молодежного сознания не может основываться на частных решениях, но должна строиться на базе долгосрочной стратегии. Ее успех зависит не только от способностей субъектов управления решить подобную задачу, но и от общего состояния массового сознания в стране, да и в мире в целом.

Список литературы

1. Шалюгина, Т.А. Имитация в современном российском обществе: сущность, субъекты воздействия, социальное пространство проявления [Текст]: автореф. дис. ... д.ф.н.: 09.00.11 / Т.А. Шалюгина; [Место защиты: ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет»]. – Ростов-на-Дону, 2012. – 51 с.
2. Сорокин, О.В. Особенности политического сознания молодежи в условиях нестабильности [Электронный ресурс]: Материалы XIV Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых учёных «Ломоносов-2007» МГУ / О.В. Сорокин // Режим доступа к изд.: http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2007/17/sorokin_ov.doc.pdf – Систем. требования: IBM PC, Internet Explorer.

3. Боров, В.Ю. Культура и массовая коммуникация [Текст] / В.Ю. Боров, А.В. Коваленко; Отв. ред. А. И. Арнольдов; АН СССР, Ин-т философии. – М.: Наука 1986. – 301 с.
4. Боров, В.Ю. Взаимодействие культуры и научно технического прогресса [Текст] / В.Ю. Боров, Г.Н. Веневитинов. – М.: Б.и., 2005 – 220 с.
5. Гуревич, П.С. Философия культуры [Текст] / П.С. Гуревич. – М.: Наука, 2009. – 349 с.
6. Флиер, А.Я. Культурология для культурологов [Текст] / А.Я. Флиер. – М.: Наука, 2000. – 310 с.
7. Арлычев, А.Н. Сознание: информационно-деятельностный подход [Текст] / А.Н. Арлычев. – М.: КомКнига, 2005. – 68 с.
8. Ахиезер, А.С. Как мыслить в усложняющемся и опасном мире? [Текст] / А.С. Ахиезер // Отечественные записки. – 2003. - № 3. – С. 461-466.
9. Голенков, С.И. Культура, смысл, сознание (Сознание в предмете философии культуры) [Текст] / С.И. Голенков. – Самара: Самар. ун-т, 1996. – 119 с.
10. Жуков, Н.И. Проблема сознания: Философские и специально-научные аспекты [Текст] / Н.И. Жуков. – Минск: Издательство «Университетское», 1987. – 207 с.
11. Мамардашвили, М.К. Сознание – это парадоксальность, к которой невозможно при- выкнуть [Текст] / М.К. Мамардашвили // Мамардашвили М.К. Как я понимаю философию. Сост. и общ. ред. Ю.П. Сенокосов. – М.: Издательская группа «Прогресс», «Культура», 1992. – С. 72-85.
12. Вирилио, П. Информационная бомба. Стратегия обмана: пер. с фр. [Текст] / П. Вили- рио. – М.: Б.и., 2002. – 192 с.
13. Кара-Мурза, С.Г. Манипуляция сознанием. (Серия: История России. Современный взгляд) [Текст] / С.Г. Кара-Мурза. – М.: Алгоритм, 2000. – 735 с.
14. Лиотар, Ж.Ф. Состояние постмодерна [Текст] / Ж.Ф. Лиотар; пер. с фр. Н.А. Шматко «Институт экспериментальной социологии». – М.: АЛЕТЕЙЯ; СПб., 1998. – 60 с.
15. Моль, А. Социодинамика культуры [Текст] / А. Моль; пер. с фр.; предисл. Б.В. Бирюко- ва. Изд. 3-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 416 с.
16. Почепцов, Г.Г. Информационные войны и будущее [Текст] / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл- бук; К.: Ваклер, 2000. – 576 с.
17. Шиллер, Г. Манипуляторы сознанием [Текст] / Г. Шиллер; пер. с англ.; науч. ред. Я.Н. Засурский. – М.: Мысль, 1980. – 326 с.
18. Фромм, Э.З. Человек для самого себя. Исследование психологических проблем этики [Текст] / Э.З. Фромм; пер. Э.М. Спириной. – М.: АСТ, 2010. – 352 с.
19. Хорни, К. Невротическая личность нашего времени. Самоанализ [Текст] / К. Хорни; пер. с англ. В.В. Старовойтова; общ. ред. [и послесл.] Г.В. Бурменской. – М.: Прогресс: Универс, 1993. – 478 с.
20. Юнг, К.А. Избранное [Текст] / К.А. Юнг. – М.: ООО «Попурри», 1998. – 235 с.
21. Бергер, П. Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания [Текст] / П. Бергер, Т. Лукман / Пер. с англ. Е. Руткевич; Моск. филос. фонд. – М.: Academia-Центр; Медиум, 1995. – 323 с.
22. Бодрийяр, Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального [Текст] / Ж. Бодрийяр; Пер. с фр. Н.В. Суслова. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2000. – 32 с.
23. Жижек, С. О насилии [Текст] / С. Жижек. – М.: Издательство «Европа», 2010. – 184 с.
24. Луман, Н. Социальные системы. Очерк общей теории [Текст] / Н. Луман; Пер. с нем. И.Д. Газиева; под ред. Н.А. Головина. – СПб.: Наука, 2007. – 648 с.
25. Маркузе, Г. Критическая теория общества [Текст] / Г. Маркузе. – М.: Изд-ва «АСТ», «Астрель», 2011. – 384 с.
26. Нанси, Ж.-Л. Непроизводимое сообщество [Текст] / Ж.-Л. Нанси; Пер. с фр. Ж. Горбылевой. – М.: Водолей, 2011. – 208 с.
27. Тираспольский, Л.М. Золотой век [Текст]: [философские раздумья] / Л.М. Тираспольский; Вступ. ст. Г. Померанца. – Москва: Прогресс, 1995. – 246 с.
28. Фуко, М. Интеллектуалы и власть: статьи и интервью, 1970-1984 [Текст]: В 3 ч.: Ч. 3; Пер. с фр. Б.М. Скуратова под общ. ред. В.П. Большакова / М. Фуко. – М.: Праксис, 2006. – 311 с.
29. Евгеньева, Т.В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. Спецкурс по политической психологии [Текст] / Т.В. Евгеньева. – СПб.: Питер, 2007. – 112 с.
30. Щербинина, Н.Г. Теории политического лидерства. Учебное пособие [Текст] / Н.Г. Щербинина. – М.: Издательство «Весь Мир», 2004. – 184 с.
31. Бахтин, М.М. Формы времени и хронотопа в романе. Очерки по исторической поэтике [Текст] / М.М. Бахтин // Вопросы литературы и эстетики. – М.: Худож. лит., 1975. – С. 234-407.
32. Савельев, А. Политическая мифология и политическая технология [Текст]: публици- стика / А. Савельев // Москва. – 1998. - № 5. – С. 160-170.



33. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса [Текст]: Монография / Е.И. Шейгал. – М.–Волгоград: Перемена, 2000. – 367 с.
34. Кара-Мурза, С.Г. Манипуляция сознанием. (Серия: История России. Современный взгляд) [Текст] / С.Г. Кара-Мурза. – М.: Алгоритм, 2000. – 735 с.
35. Зиновьев, А.Л. Фактор понимания [Текст] / А.Л. Зиновьев. – М.: Алгоритм, Эксмо, 2006. – 528 с.
36. Тощенко, Ж.Т. Кентавр-проблема. Опыт философского и социологического анализа [Текст]: монография / Ж.Т. Тощенко. – М.: Новый хронограф, 2011. – 526 с.
37. Микешина, Л.А. Новые образы познания и реальности [Текст] / Л.А. Микешина, М.Ю. Опенков. – М.: РОССПЭН, 1997. – 240 с.
38. Орехов, С.И. Виртуальная реальность: исследование онтологических и коммуникационных основ [Текст]: Автореф. дис. ...д. ф. н. / С.И. Орехов. – Омск, 2002. – 32 с.
39. Орлов, А.М. Виртуальная реальность: Пространство экранных культур как среда обитания [Текст] / А.М. Орлов. – М.: ГЕО, 1997. – 336 с.
40. Порус, В.Н. Виртуальное пространство: иллюзия свободы [Текст] / В.Н. Порус // Компьютера. – 2000. - № 39. – С. 20-22.
41. Голуб, И.В. Сознание человека в бытии симулированного пространства [Текст]: Автореф. дис. ... канд. филос. Наук / И.В. Голуб. – М., 2003. – 32 с.
42. Бодрийяр, Ж. Система вещей [Текст] / Ж. Бодрийяр; Пер. с фр. С. Зенкина. – М.: Домино, 1995. – 172 с.
43. Дебор, Г. Общество спектакля [Текст] / Г. Дебор / Пер. с фр. С. Офертис и М. Якубович; ред. Б. Скуратов; послесловие А. Кефал. – М.: Изд-во «Логос», 2000. – 184 с.
44. Гофман, И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта [Текст] / И. Гофман. – М.: Институт социологии РАН, 2003. – 752 с.
45. Кара-Мурза, С.Г. Манипуляция сознанием. (Серия: История России. Современный взгляд) [Текст] / С.Г. Кара-Мурза. – М.: Алгоритм, 2000. – 735 с.
46. Кассирер, Э. Техника современных политических мифов [Текст] / Э. Кассирер // Вестн. МГУ. Сер. 7. Философия. – 1990. - № 2. – С. 58-65.
47. Маклюэн, Г. Понимание Медиа: Внешние расширения человека [Текст] / Г. Маклюэн. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.
48. Эко, У. «Карнавализация» нравов. Как отличить серьезное от фарсового? [Текст] / У. Эко // INOSMI.RU. – 2002. – 4 июля.
49. Батай, Ж. Внутренний опыт [Текст] / Ж. Батай. – СПб.: Аксиома, 1997. – 336 с.
50. Бодрийяр, Ж. Символический обмен и смерть [Текст] / Ж. Бодрийяр. – М.: «Добросвет», 2000. – 387 с.
51. Делез, Ж. Платон и симулякр [Текст] / Ж. Делез // Новое литературное обозрение. – 1993. - № 5. – С. 47-59.
52. Жижек, С. Добро пожаловать в пустыню Реального [Текст] / С. Жижек / Пер. с англ. А. Смирного. – М.: Фонд «Прагматика культуры», 2002. – 160 с.
53. Клоссовски, П. О симулякре в сообщении Жоржа Батая [Текст] / П. Клоссовски // Комментарии. – 1994. - № 3. – С. 78-87.
54. Елисеева, Т.В. Симулятивные образы массового сознания современного российского общества [Текст]: Автореф. дис. ...канд. филос. наук / Т.В. Елисеева. – М., 2010. – 34 с.
55. Грачев, Г.В. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия [Текст] / Г.В. Грачев, И.К. Мельник. – М.: Алгоритм, 2002. – 288 с.
56. Шомова, С.А. Политическая коммуникация: социокультурные тенденции и механизмы [Текст] / С.А. Шомова. – М.: Издательство ИНИОН, 2004. – 246 с.
57. Шмигирилова, Л.Н. Регулирование информационных предпочтений студенческой молодежи в медийном пространстве [Текст]: дисс. ... канд. социол. наук / Л.Н. Шмигирилова. – Белгород, 2008. – 239 с.
58. Буданцев, Ю.П. Нравственные истоки журналистского творчества [Текст] / Ю.П. Буданцев. – М.: ИПК работников радио и телевидения, 2001. – 56 с.
59. Коновченко, С.В. Власть, общество и печать в России [Текст]: монография / С.В. Коновченко. – Ростов-на-Дону: СКНЦ ВШ, 2003. – 400 с.
60. Журналистика в мире политики [Текст]. Ред. сост. С.Г. Корконосенко. – СПб.: Гардарики, 2004. – 448 с.
61. Лазутина, Г.В. Журналистика и качество массовых информационных потоков: этический аспект [Текст] / Г.В. Лазутина // Вестник московского университета. Сер. 10. – 2004. - № 1. – С. 33-45.
62. Олешко, В.Ф. Журналистика как творчество [Текст] / В.Ф. Олешко. – Екатеринбург: Б.и., 2002. – 135 с.



63. Прохоров, Е.П. Исследуя журналистику [Текст] / Е.П. Прохоров. – М.: РИП-Холдинг, 2005. – 176 с.
64. Шерковин, Ю.А. Психологические проблемы массовых информационных процессов [Текст] / Ю.А. Шерковин. – М.: Мысль, 1973. – 215 с.
65. Кара-Мурза, С.Г. Манипуляция сознанием. (Серия: История России. Современный взгляд) [Текст] / С.Г. Кара-Мурза. – М.: Алгоритм, 2000. – 735 с.
66. Шиллер, Г. Манипуляторы сознанием [Текст] / Г. Шиллер / Пер. с англ.; науч. ред. Я.Н. Засурский. – М.: Мысль, 1980. – 326 с.
67. Бергер, П. Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания [Текст] / П. Бергер, Т. Лукман / Пер. с англ. Е. Руткевич; Моск. филос. фонд. – М.: Academia-Центр; Медиум, 1995. – 323 с.
68. Иванов, Д.В. Виртуализация общества [Текст] / Д.В. Иванов. – СПб.: «Петербургское Востоковедение», 2000. – 96 с.
69. Дебор, Г. Общество спектакля [Текст] / Г. Дебор / Пер. с фр. С. Офертис и М. Якубович; ред. Б. Скуратов; послесловие А. Кефал. – М.: Изд-во «Логос», 2000. – 184 с.
70. Бодрийяр, Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального [Текст] / Ж. Бодрийяр; Пер. с фр. Н.В. Сулова. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2000. – 32 с.
71. Шалюгина, Т.А. Имитация в современном российском обществе: сущность, субъекты воздействия, социальное пространство проявления [Текст]: автореф. дисс. ... д.ф.н. / Т.А. Шалюгина. – Ростов н/Д, 2012. – 37 с.
72. Дебор, Г. Общество спектакля [Текст] / Г. Дебор / Пер. с фр. С. Офертис и М. Якубович; ред. Б. Скуратов; послесловие А. Кефал. – М.: Изд-во «Логос», 2000. – 184 с.
73. Там же. С. 113.
74. Там же. С. 129.
75. Морозова Т.И. Регулирование процессов саморегуляции молодежи в социокультурном пространстве региона: монография. – Белгород: ИД «Белгород», 2012. – 383 с.

IMITATION AS THE TECHNOLOGY OF MANIPULATION OF MASS YOUTH CONSCIOUSNESS

E.V. PANKRATOVA¹⁾
I.N. SHMIGIRILOVA²⁾

¹⁾ Ivanovo state University

e-mail:
e_pankratova@land.ru

²⁾ Belgorod State National Research University

e-mail:
shmigirilova@bsu.edu.ru

The article considers the problems of imitation in the modern Russian society. It discusses the simulation and design practices as the technology of manipulation of mass youth consciousness. The impact of the simulation practices in the mass consciousness of youth is revealed and analyzed in two directions. The first is presented by simulation in the mass media and its influence on the mass youth consciousness. The second is simulation in different spheres of social existence and their impact on the processes occurring in the youth environment.

Key words: imitation, youth, mass youth consciousness, manipulation of mass media.