

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**

**РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ**

**ИНСТИТУТ МАССМЕДИА  
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ  
КАФЕДРА ЖУРНАЛИСТИКИ**

**СОЦИАЛЬНЫЙ СТЕРЕОТИП В ТЕХНОЛОГИЯХ МАНИПУЛИРОВАНИЯ:  
ИДЕОЛОГЕМА «ОЛИГАРХ» В РОССИЙСКИХ СМИ.**

дипломная работа  
студента 5 курса дневного отделения  
факультета журналистики РГГУ  
Корнева Максима Сергеевича

И.о. заведующего кафедрой  
журналистики  
А.Ю. Афанасьев

Научный руководитель  
заведующий кафедрой  
журналистики, к.ф.н  
академик РАЕН,  
профессор  
А.Е. Бовин

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2004 г.

Научный консультант  
А.Г. Васильев  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2004 г.

**Оглавление:**

<b>Введение.</b> .....	<b>3</b>
<b>Глава 1 Ключевые понятия и аксиоматика.</b> .....	<b>8</b>
1.1 Методологический подход при изучении социально-психологических феноменов. ....	8
1.2 Ключевые понятия и определения.....	10
<b>Глава 2. Социальный стереотип в технологиях манипуляции.</b> .....	<b>47</b>
2.1 Уолтер Липпман и понятие «стереотип».....	47
2.2. Социальный стереотип как феномен и его исследования .....	52
2.3 Феномен манипуляции .....	61
2.4 Манипулятивные технологии .....	64
2.5. Социальный стереотип в технологиях манипуляции.....	70
<b>Глава 3 Идеологема «олигарх».</b> .....	<b>75</b>
3.1. Определение слова «олигарх».....	75
3.2. Олигархия как социально-политическое явление.....	77
3.3. Отечественная наука о российской «олигархии».....	79
3.4. Российские исследователи о термине «олигарх».....	82
3.5. Актуализация термина «олигарх» в современных российских СМИ....	83
3.6. Манипуляции посредством идеологема «олигарх». ....	89
3.7. Слово «олигарх» в эфире радиостанции «Эхо Москвы».....	92
<b>Заключение.</b> .....	<b>103</b>
<b>Список источников и литературы:</b> .....	<b>109</b>
<b>Приложение 1.</b> .....	<b>115</b>

## **Введение.**

Проблема манипулирования людьми остро актуальна в современном мире в связи с бурным развитием средств массовой коммуникации и углубления процессов глобализации, универсализации и «массовизации» культуры, а также все более увеличивающимся разрывом между обывателем и носителем специализированных знаний. Нынешняя ситуация открывает широкие возможности для «просвещенного» манипулятора, который может использовать манипулятивные технологии для изменения массового сознания в корыстных целях.

Существуют социально-психологические феномены, которые формируют сознание и определяют поведение людей. Среди них социальные стереотипы<sup>1</sup> - объективное явление, не зависящее от наших желаний и детерминированное механизмами человеческой психики. Человеческим сознанием можно манипулировать посредством специально выработанных технологий<sup>2</sup>. Социальный стереотип – субъект (механизм) и объект (мишень) манипулирования сознанием. А идеологема<sup>3</sup> - инструмент формирования и эксплуатации социальных стереотипов. Термин «олигархия» в общем смысле означает власть немногих.

Отсюда проблема исследования: манипулятивные технологии, воздействующие на сознание, реальны, и они активно применяются независимо от нашего желания или знаний о них. Термин «олигарх» - идеологема и технологический инструмент манипулирования сознанием, с помощью которого формируют социальный стереотип и воздействуют на него. Последствия применения манипулятивных технологий непредсказуемы и могут быть деструктивны.

---

<sup>1</sup> Обобщенно, под **социальными стереотипами** понимается общепринятое, схематизированное, предвзятое эмоционально окрашенное представление о социальных группах.

<sup>2</sup> **Манипуляцию (манипулирование)** следует трактовать как вид скрытого психологического воздействия, целью которого является навязывание человеку желаний и намерений манипулятора. **Технология** – совокупность методов и операций. **Манипулятивная стратегия** включает определение целей, путей и средств их достижения.

<sup>3</sup> Под **идеологемой** подразумевается некоторое вербально закрепленное идеологическое предписание.

Из проблемы исследования вытекает актуальность и новизна работы: в условиях быстроменяющейся действительности необходимо понимать схемы воздействия на сознание; понимать модели формирования идеологем, которые культивируют и эксплуатируют стереотипы, чтобы своевременно распознать и нейтрализовать манипулятивные стратегии. Рассмотреть манипулятивную модель можно на примере актуального, практически неизученного стереотипа «олигарх».

Объект данного исследования – манипулятивные стратегии и технологии их реализации. Предмет исследования – частный случай социально-психологического феномена манипуляции, мишенью и механизмом реализации которого является социальный стереотип, а инструментом служит идеологема «олигарх».

Цель работы – выявление манипулятивных стратегий, направленных на социальные стереотипы, при использовании идеологемы «олигарх».

Для достижения поставленной цели, необходимо решить следующие задачи:

1. определить ключевые понятия в сфере манипуляций общественным и индивидуальным сознанием; выявить взаимосвязи взаимозависимости в круге базовых понятий;
2. раскрыть понятие социального стереотипа, выделить основные параметры явления; выявить и определить основные элементы в модели манипуляции сознанием.
3. рассмотреть термин «олигарх» в нынешнем употреблении; выявить и описать факты практического использования идеологемы «олигарх»; рассмотреть слово «олигарх» на материале радиоэфиров «Эха Москвы».

Данное исследование в общей характеристике можно отнести к теоретико-прикладным работам. Оно основывается на выборочном использовании и обобщении теоретических и практических исследований различных авторов. Для подтверждения предположений и иллюстраций используются фактические материалы из средств массовой информации.

Работа состоит из трех глав. Первую и вторую главы – условно можно назвать теоретическими. Первая глава посвящена разъяснению базовых понятий и аксиоматики. Здесь даются определения, делается попытка разграничить феномены, а также прояснить взаимосвязи и взаимозависимости в круге базовых понятий, от которых решено отталкиваться в рассуждении. Во второй главе подробнее рассматриваются ключевые для исследования феномены – социальные стереотипы и технологии манипуляции. Третья глава – условно практическая, прикладная. В ней проводится интерпретация фактического материала в соответствии с теоретическими наработками.

В данной работе нужно исходить из того, что общий методологический подход – системный анализ<sup>1</sup>. В частности, подход и последовательность действий зависит от поставленных промежуточных задач и раздела (главы) исследования.

В «теоретической» части, последовательность действий следующая: утверждение определений и ключевых понятий, выявление значимых для данного исследования параметров, описание моделей. В «практическом» блоке: сопоставление определений термина; описание и анализ научных и общеупотребительных значений термина «олигарх»; сопоставление двух докладов (Г.Павловского и С.Белковского - И.Дискина) с целью выявления манипулятивной составляющей; обращение к материалам эфиров «Эха Москвы» с последующим анализом радиобесед.

Методология изучения идеологием представлена, в частности, в работе Д.Фельдмана и М.Одесского «Поэтика террора и новая административная ментальность».<sup>2</sup> Однако если перед этими исследователями стояла задача реконструировать определенный тип ментальности, логики и поэтики (то есть, конструкций и терминов, используемых носителями специфического менталитета на каждом историческом этапе)<sup>3</sup>, в задачах данного

---

<sup>1</sup> Объект (манипуляции) рассматривается как система

<sup>2</sup> Одесский М. П., Фельдман Д.М. Поэтика террора и новая административная ментальность. М., 1997.

<sup>3</sup> Там же, С. 7-9.

исследования – на примере идеологемы «олигарх» проиллюстрировать модель манипулятивной стратегии.

В качестве источников выступают текстовые версии бесед в радиопередачах на радио «Эхо Москвы», экспертные доклады Совета по национальной стратегии (СНС) и Фонда эффективной политики (ФЭП), материалы периодических изданий.

В пользу актуальности и новизны темы исследования говорит также историография затрагиваемых вопросов<sup>1</sup>.

Теоретическая база по социальным стереотипам разработана в достаточном объеме, однако нет единого мнения в трактовках феномена. Основой для теории социальных стереотипов является монография «Общественное мнение» Уолтера Липпмана<sup>2</sup>, который ввел термин и первым описал явление. Ныне из зарубежных концепций стереотипа наиболее разработанной признается теория Г.Тэджфела. Среди отечественных исследователей следует назвать имена Г.М. Андреевой, В.С. Агеева, П.Н. Шихирева, О.Н.Ваниной.

Исследования по теории манипулирования людьми представлены с разной степенью научности, детализации и обоснованности. Рассмотрение вопроса манипуляций представлено, например, в трудах Е.Л. Доценко, Г.С. Мельника, Г.Г. Почепцова, И.И. Засурского, С.Г. Кара-Мурзы, А. Цуладзе. В этих работах можно найти также интерпретацию роли стереотипов в манипуляции сознанием.

Исследования по «олигархам» и «олигархии» представлены в работах экономиста Я.Ш. Паппэ, социолога О.В. Крыштановской, политолога А.Зудина. Тему «олигархии» также поднимают в некоторых словарных и энциклопедических статьях, в материалах периодики или в публицистических трудах. В этих исследованиях, как правило, рассматривается становление и эволюция предпринимательства в отношениях с властью, либо рассматриваются характеристики «олигархии» в

---

<sup>1</sup> Подробнее работы по истории вопроса будут рассмотрены в соответствующих главах.

<sup>2</sup> Lippmann W. Public Opinion. N.Y., 1922.

связи с представлениями об элите. Исследований по термину «олигарх», в контексте социальных стереотипов или манипулятивных технологий, отыскать не удалось. Подробного рассмотрения термина «олигарх» как идеологемы при манипулировании общественным сознанием не проводилось.

## **Глава 1 Ключевые понятия и аксиоматика.**

**Задача главы** - определить ключевые понятия в сфере манипуляций общественным и индивидуальным сознанием, а также выявить взаимосвязи и взаимозависимости в круге базовых понятий.

Данная глава описывает основной круг явлений, с которыми приходится сталкиваться, затрагивая проблему манипулирования человеком.

### **1.1 Методологический подход при изучении социально-психологических феноменов.**

Работа нацелена на рассмотрение социально-психологических феноменов, которые стали объектом изучения для многих ученых практически всех областей гуманитарного знания. Основная тенденция в современной науке - «углубление профессионализации сопровождается интеграцией в междисциплинарных связях и комплексных исследованиях общего объекта»<sup>1</sup>. Поэтому чтобы исследовать систему манипулятивного воздействия, необходимо прибегнуть к междисциплинарному подходу и воспользоваться методологическими и теоретическим наработками разных наук. Основное внимание нужно уделить социальной и социально-политической психологии, социологии коммуникации, культурологии и философии. При этом неминуемо возникают пересечения и столкновения различных научных сфер, определений, концепций, представлений о процессах в связи с различными аспектами рассмотрения одних и тех же явлений. Поэтому предпочтение в выборе того или иного подхода, с учетом его дискуссионности, будет отдаваться исходя из соответствия целям и задачам исследования, а также удобства применения.

Помимо уже отмеченной тенденции усиления междисциплинарных связей и сближения различных научных направлений в современной науке,

---

<sup>1</sup> Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2001. С.14.



происходит также «перенос центра внимания с изучения социальных структур на социальные процессы»<sup>1</sup>. То есть больший интерес представляют конкретные жизненные проявления, а не рамки, в которых эта жизнь протекает.

Используя достижения различных наук и подходов, можно брать разные ракурсы на проблемы, рассмотреть более ясно некоторые аспекты, плохо просматривающиеся с точки зрения одной дисциплины. В конечном счете, как считает С.Московичи, ссылаясь на Г. Зиммеля, любая наука – это новая точка зрения, позволяющая рассматривать уже известные факты. Наука – это, прежде всего, стиль, который подчиняется определенным формам и техникам<sup>2</sup>. То есть, используя инструменты, подходы, трактовки нескольких наук, не абсолютизируя ни одну из них, появляется больше возможностей отразить суть явлений.

Однако при использовании разносторонних и разнонаправленных взглядов на изучаемые проблемы, можно столкнуться с серьезной методологической трудностью: в процессе неизбежного препарирования и многократного дробления «живых» социальных процессов, не потерять целостность понимания явлений и не утратить контекст проблем. Ведь описывая какое то явление, используется система описаний и терминов, формируя таким образом абстрактную и ограниченную модель. А любая, даже самая совершенная модель – это только «костыль» для мышления, не способный к самостоятельной ходьбе. Поэтому важно не расчленить феномены, не раздробить целое на изолированные элементы, но высветить их с разных сторон, сделать яснее для понимания.

В этом ключе стоит вновь обратиться к позиции немецкого социолога Зиммеля, который, изучая социальные явления, пытался объяснить, «как простое порождает сложное», вместо того, чтобы «раскалывать сложное,

---

<sup>1</sup> Там же. с.25.

<sup>2</sup> Московичи С. Машина, творящая богов. М., 1998. С.334.

сводя его к простому»<sup>3</sup>. То есть, двигаясь от терминов к понятиям, а от понятий – к моделям, больше шансов разобраться в проблеме.

Необходимо также отметить, что исследуемые реалии являются одновременно субъектом и объектом воздействия. Этот дуализм проистекает из самой сущности человека: человек и внешний мир постоянно взаимодействуют и влияют друг на друга, между ними взаимонаправленные связи. Такая неразрывная связь характеризует явления, относящиеся к взаимодействию внутреннего абстрактного мира человека и внешнего предметного мира. Зиммель справедливо считал, что общество существует и развивается одновременно с индивидами. А их взаимоотношение сравнивал с положением молекул воды в озере: однонаправленное или одностороннее воздействие таким образом невозможно и любые изменения взаимосвязаны.

## **1.2 Ключевые понятия и определения**

Одна из задач уже на стадии характеристики явлений - выявить потенциальные мишени для манипуляций, а также социальные и психические механизмы манипулирования.

Начинать рассмотрение феномена манипуляции нужно с описания человеческой психики, ее особенностей и некоторых элементов. Основной носитель и создатель всех рассматриваемых нами явлений – человек. Поэтому нужно выделить важные базовые внутренние (психические) характеристики человека, потом перейти к рассмотрению созданных им внешних (социальных) структур, чтобы прояснить сущность некоторых социально-психологических феноменов.

*Феномен сознания. Сознательное и бессознательное в психоанализе.*

---

<sup>3</sup> Московичи С. Указ. соч. С.342.

Человек обладает сознанием – то есть способностью «идеального воспроизведения действительности в мышлении»<sup>1</sup>. Часто подчеркивают, что подобная «высшая форма отражения объективного мира»<sup>2</sup>, свойственна только человеку. Сознание – одно из основных понятий философии, социологии и психологии.

Важнейшая функция сознания – регуляция действий индивида, которая основывается на соотношении личного опыта и собственных возможностей<sup>3</sup>. Сознание отражает индивидуальный опыт, оно непрерывно во времени (включая сон), но изменчиво по содержанию и мимолетно. Феномены сознания мгновенны и сугубо индивидуальны. Сознание зависит как от качеств настоящей ситуации, так и от прошлого опыта индивида<sup>4</sup>.

В традиции психоанализа, положенной З. Фрейдом, в человеческой психике принято выделять сознательное, предсознательное и бессознательное. Под этими характеристиками чаще всего имеются в виду представления или процессы. При этом одни из них («латентные») способны стать сознательными – их Фрейд называет предсознательные, а другие («вытесненные») сами по себе, без усилия не могут – это бессознательные<sup>5</sup>.

В бессознательном протекают первичные психологические процессы – представления на этом уровне остаются непознанными. Структуры сознательного и предсознательного рассматривались Фрейдом как единая система. Она оперирует вторичными процессами: на этом уровне функционируют логическое мышление и речь. «Бессознательным» по Фрейду соответствует термин «подсознание».

В своей работе «Я и Оно», З.Фрейд выделяет также другие категории, позволяющие получить представление о внутреннем мире человека и его взаимодействиях с внешней средой: категории «Я», «Оно» и «Сверх-Я» (или «Я-идеал»). Области «Я» соответствуют сферы сознательного и

---

<sup>1</sup> Современный энциклопедический словарь. <http://mega.km.ru/Megabook2/>

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Энциклопедический социологический словарь. М., 1995., С.681.

<sup>4</sup> Психоаналитический словарь. <http://www.i-u.ru/biblio/dict.aspx#find>

<sup>5</sup> Фрейд З. Я и Оно// Я и Оно: Сочинения. М., 1999. С. 841-860.

предсознательного, области «Оно» - сферы бессознательного. Таким образом, «Я» - олицетворения разума, рассудительности и сознательности, а «Оно» - страсти, эмоций и желаний. Взаимоотношения «Я-Оно» Фрейд сравнивает с всадником и лошадью: наездник пытается обуздать и направить в нужном направлении энергию животного<sup>1</sup>.

Сфера «Сверх-Я» выводит не просто на внутренние человеческие структуры, но и на социальный уровень. «Я-идеал» - не только проявление высшего начала в человеке или выражение самых мощных движений «Оно», но и результат накопленного человеческим обществом опыта. «Социальные чувства покоятся на идентификации с другими людьми на основе одинакового «Я-идеала»<sup>2</sup>, - писал Фрейд. «Я-идеал», таким образом, позволяет людям идентифицировать себя и взаимодействовать с другими. В этой сфере и существуют социальные стереотипы.

Итак, опираясь на теории Фрейда, различают сознательное и бессознательное («Я» и «Оно»); выделяют также «Я-идеал». Сознательное («Я») соотносится с разумным, осознанным и рациональным; бессознательное («Оно») с эмоциональным, неосознанным и иррациональным. Учитывая невозможность постоянно держать в сознательном состоянии множество предметов, предсознательное можно считать своеобразной «буферной зоной между бессознательным и сознательным. «Сверх-Я» является выражением закрепленных в человеке идеальных представлений, основанных на социальном опыте. «Сверх-Я» нельзя в полной мере отнести ни к сознательному, ни к бессознательному – оно находится на их пересечении и служит стимулом для диалога «Я» и «Оно».

Не случайно уделено довольно много внимания психическим тонкостям, поскольку и социальные стереотипы, и факты манипуляций проявляются именно в этих первичных сферах, последовательно выявляя себя на более сложных уровнях.

---

<sup>1</sup> Фрейд З. Указ. соч. С.848-850.

<sup>2</sup> Там же. С.860.

Следующий уровень, социально-психологической действительности – это уровень «личности-индивида», который является единицей социальных отношений, носителям стереотипов и субъектом-объектом манипуляций.

### *Личность и индивид*

Как отмечалось выше, человек (его «Я») оказывается в центре противоборства сознательного и бессознательного, желаемого и должного. В связи с этим ему можно дать характеристики личности – как высшей формы рационального и первичной формы социального, а также индивида – как основного отличия одного человека от других представителей человеческого рода.

Личность есть «человек как субъект отношений и сознательной деятельности», и одновременно «устойчивая система социально значимых черт, характеризующих индивида как члена общества или общности». При этом «понятие личности следует отличать от понятий «индивид» (единичный представитель человеческого рода) и «индивидуальность» (совокупность черт, отличающих данного индивида от всех других). Личность определяется данной системой общественных отношений, культурой и обусловлена также биологическими особенностями»<sup>1</sup>.

Таким образом, личность есть элементарная единица общества, то есть некоторой упорядоченной структуры, а индивид и индивидуальность – скорее характеристики биологического отличия. В идеале, каждый человек должен стремиться пройти путь от индивида к индивидуальности (через взросление, социализацию) и стать полноценной личностью. Однако далеко не всегда эта схема реализуется. Можно также сказать, что в современном мире, с присущей ему массовостью, процесс превращения в личность усложнился. Более того, в массовых явлениях возможно и обратное движение – от личности к индивиду, что демонстрирует феномен толп.

---

<sup>1</sup> Современный энциклопедический словарь. <http://mega.km.ru/Megabook2/>

### *Общество и группа*

Личности входят в рациональные структуры – общества, а также в составляющие общество группы.

«Общество, в широком смысле — совокупность исторически сложившихся форм совместной деятельности людей; в узком смысле — исторически конкретный тип социальной системы, определенная форма социальных отношений»<sup>1</sup>. В обыденном смысле, общество - некая совокупность людей, объединённых интересами, целями, отношениями, поведением.

Общество часто соотносят с группой (социальной группой), как его составной частью. В общих словах, группу можно определить как коллектив людей, связанный общими целями, деятельностью и интересами. Группы структурированы и составляют элементы, блоки общества. Определения и характеристики группы и общества схожи, но группа численно меньше.

Группа существует в противоположность массе. Группа - это общность, которую характеризуют ограниченный характер, определенность и устойчивость границ, выраженная однородность состава<sup>2</sup>.

### *Групповое и общественное сознание*

Помимо индивидуальных форм, сознание может также выступать в формах группового и общественного.

Групповое сознание есть «совокупность идей, взглядов, представлений, чувств, настроений, волеизъявлений, присущих данной социальной группе. Сознание групповое – один из видов общественного сознания, из которого индивид «черпает» общезначимые идеи, взгляды, представления, модифицируя их на основе групповых интересов и ценностей»<sup>3</sup>.

В связи с категорией «группы», интересен факт множественности групповых сознаний у одного человека. Поскольку каждый человек,

<sup>1</sup> Современный энциклопедический словарь. <http://mega.km.ru/Megabook2/>

<sup>2</sup> Грушин Б.А. Массовое сознание: Опыт определения и проблемы исследования. М., 1987. С.212, С.231.

<sup>3</sup> Энциклопедический социологический словарь. М., 1995. С.682.

входящий в ту или иную группу, одновременно входит еще и во многие другие более или менее широкие общности, человек является носителем нескольких различных типов группового сознания. Это означает, что групповое сознание общности не совпадает с фактическим сознанием (по сумме сознаний входящих в нее индивидов). Таким образом, групповое сознание может находиться в состоянии конфронтации с «чужими» сознаниями, либо взаимодействовать с «другими» групповыми сознаниями<sup>1</sup>.

В восприятии социальной группы проявляется феномен социального стереотипа. В связи с этим важен один момент: в восприятии человеком иной (не своей) группы, заложен высокий манипулятивный потенциал, поскольку от первоначальной направленности сознания на конфронтацию или взаимодействие зависит как последующее развитие отношений между группами, так и отношение человека к самому себе и окружающим.

Выделяют также явление общественного сознания, понятие которого включает в свое содержание совокупность идей, взглядов, представлений и других духовных образований данной эпохи. Носитель (субъект) общественного сознания – социальная общность (начиная с социальных групп или обществ, и кончая всем человечеством). Индивиды составляет общность, если объединены общими чертами жизнедеятельности. Главный, исходный признак человеческой общности – будь то группа или масса – является совместность некоторой деятельности, некоторого поведения входящих в множество людей<sup>2</sup>.

Из представлений об общественном сознании вытекают взгляды на сознание массовое. Так, содержание массового сознания считают значительно уже содержания общественного сознания в целом и тем более содержания сознания личности. То есть в поле зрения масс попадают далеко не все процессы, явления и факты действительности<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Грушин Б.А. Указ. соч. С.153-154.

<sup>2</sup> Грушин Б.А. Указ. соч. С.53, С.68, С.210.

<sup>3</sup> Грушин Б.А. Указ. соч. С.305.

Как уже отмечалось, теоретически, каждый человек должен стремиться пройти путь от индивида к личности. То есть стремиться бессознательное перевести в сознательное, расширить поле сознательного за счет бессознательного.

В ходе расширения сознательного, а значит и расширения сферы рационального, между людьми возникают отношения, совместная деятельность и общие интересы, которые объединяют людей в группы и общества. Отношения требуют регулирования, поэтому группы вырабатывают внутренние правила, общество создает универсальные законы и социальные институты. Человек старается действовать разумно – устанавливать взаимодействие, вырабатывать общие нормы и совершенствовать их. Это вектор «рационального» в развитии человека.

Но отмечалось также наличие «иррационального» вектора, соответствующего бессознательным проявлениям. Бессознательное, иррациональные начала действуют, опираясь на эмоции. Эмоции, в свою очередь, опираются на естественные реакции человеческого организма. Эти реакции проверены тысячелетиями и призваны сохранить индивида как живую единицу. Универсальные физиологические программы, выработанные природой для защиты индивида, возникают, как правило, когда рациональная, сознательная часть психики человека не может предложить адекватного решения или когда оказывается сильнее его волевого сознательного усилия. Такие проявления особенно ярко выражены при больших скоплениях людей или в проявлениях общественного мнения, сформированного средствами массовой коммуникации. Бессознательное таким образом соответствует характеристикам массовости.

Стоит отметить также, что группа, общество или масса – не количественные, а скорее качественные характеристики. Поскольку зависят они от того, преобладает ли личностное, рациональное в данной общности, или эта общность находится в большей степени под воздействием бессознательных, иррациональных начал. То есть в разных общностях и



соответствующих ситуациях человек может проявлять себя по-разному, - и как рациональное, и как иррациональное существо.

Далее нужно подробнее остановиться на критериях «массовости». Необходимость особого рассмотрения этой категории возникает в связи с развитием средств массовой коммуникации, которые стимулируют процессы массовизации, принимающие все более глобальный характер.

### *Процессы массовизации*

В переводе с латыни «масса» означает «ком», «кусок»<sup>1</sup>. Этот термин и его производные получили широкое распространение благодаря развитию марксистских теорий и бурным процессам массовизации, которые примерно с середины XIX века захватывали все сферы жизни «западного» общества в связи с научно-технической революцией и становлением индустриального общества.

В процессе становления индустриальной цивилизации, возрастает разнородность общества, растет число социальных ролей индивида, отмечающих его принадлежность к различным группам. Жесткие, закрытые социальные структуры становятся все более гибкими и открытыми, что ведет к росту территориальной и социальной мобильности. Растет интенсивность коммуникаций и обмена информацией.

Однако набирают обороты и негативные тенденции. Бурное развитие масс-медиа наносят ущерб двусторонним контактам между людьми, заменяя их односторонне направленными, идущими на индивидов извне, потоками информации. В межиндивидуальном общении усиливается «бездушие»: формализм, стандарты, бюрократический подход и т.п. Все это приводит к дальнейшему уравниванию свойств индивида, атрофированию неповторимых, уникальных черт личности. Развивается процесс «атомизации» людей - их разъединения, обособления. Усиливается ослабление межличностных отношений и выхолащивание их содержания.

---

<sup>1</sup> Березин В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации. М., 2002. С.36.

Происходит стирание человеческих «Я», что превращает людей в тождественные друг другу единицы - подобные и чрезвычайно бедные по содержанию «атомы»<sup>1</sup>.

### *Массы*

В связи с представлениями о «массовости», формируются взгляды на «массы». И у приверженцев классовой теории (марксистско-ленинских концепций), и у «буржуазных» исследователей, термин «массы» означал примерно одно и то же - «слои», возникшие в связи с крушением однородных общностей людей, связанные с миграцией населения и растущей урбанизацией. Термины «масса» и «массы» можно употреблять как эквивалентные<sup>2</sup>.

Возникает понятие массовое общество (mass society), которое связывается с «индустриализацией и урбанизацией, стандартизацией производства и массовым потреблением, бюрократизацией общественной жизни, распространением средств массовой коммуникации и массовой культуры»<sup>3</sup>.

Исследователь Б. Грушин дает описание характеристик, отличительных особенностей и свойств масс.

Массы характеризуются как реальные, естественные общности, объединенные социальным процессом, осуществляющие общую деятельность. Возникают они как порождение процесса массовизации, проникающего во все сферы жизни общества. Массы могут возникать и возникают на всех без исключения уровнях социальной иерархии, а чаще – на их пересечениях<sup>4</sup>.

Грушин называет четыре отличительных особенности масс:

1. статистический характер – масса состоит из множества людских единиц, не составляющих самостоятельного образования. Поэтому массы не

<sup>1</sup> Грушин Б.А. Указ. соч. С.209-222.

<sup>2</sup> Березин В.М. Указ. соч. М., 2002. С.36-38.

<sup>3</sup> Философский энциклопедический словарь. М., 1983. С.349.

<sup>4</sup> Грушин Б.А. Указ. соч. С.209-210.

имеют структуры, они аморфны. Существенный признак – анонимность (в отличие от группы); разные виды масс могут обладать им в неодинаковой степени. Достаточно сравнить контактные (люди на митинге) и распыленные массы (телезрители).

2. вероятностная природа – случайный, неупорядоченный характер вхождения индивидов в данную общность и открытые, размытые границы с неопределенным качественно-количественным составом.

3. ситуативный характер существования – относительность существования, неустойчивость. Выражается в жесткой привязанности данного рода общности к строго определенному виду и способу деятельности или поведения.

4. выраженная разнородность состава – вне/межгрупповая природа<sup>1</sup>.

Из-за разнородности состава, неустойчивости и отсутствия структуры, массы становятся легкой добычей для манипулятора, способного навязать ей свои представления и действия. Идя дальше, можно говорить о феномене массового человека. Из множества людей такого типа формируется масса, а потому можно не просто воздействовать, но создавать определенный тип масс, задавать желания и поведение, используя манипулятивные технологии. Такую возможность предоставляет, например, такая характеристика масс, как их постоянная неудовлетворенность какой-либо из потребностей. И если потребность не имеет соответствующего ей выхода в действии, то она реализуется в «соседнем» виде действия, замещающем желаемый. Если же потребность не получает даже косвенного удовлетворения, то она извращается, выражаясь в уродливых формах<sup>2</sup>. Для манипулятора открывается возможность воздействия: нужно найти (или предварительно создать) потребность и направить ее энергию в нужное для себя русло. При этом вся ответственность за совершенные действия ложится на массы.

Относительно склонности к насилию и податливости толп, их восприимчивости к дешевой демагогии хлестко выразился один из главарей

---

<sup>1</sup> Там же. С.174-200.

<sup>2</sup> Грушин Б.А. Указ. соч. С.317-325.

нацистов Й.Гebbельс, который «обожал» Г.Лебона за характеристики масс: «...Народные массы обычно гораздо примитивнее, чем мы их себе представляем. Исходя из этого, пропаганда должна всегда оставаться простой и однообразной. В этой изнуряющей гонке лишь тот способен достичь основных результатов в деле оказания воздействия на общественное мнение, кто в состоянии свести все проблемы к простейшей терминологии и у кого достанет мужества постоянно повторять их в этой простейшей форме, несмотря на возражение интеллектуалов»<sup>1</sup>. Ныне это называется «правилом упрощения», которое активно используется в рекламе и пabлик рилейшнз (PR).

Гebbельс был одним из крупнейших манипуляторов, без преувеличения, в истории человечества. Он довольно глубоко проник в суть манипуляций массами: «Субститут [замена] бессознательного действия толпы сознательной активностью отдельного индивидуума – одна из принципиальных характеристик нашего столетия... Люди движимы идеями, сантиментами и обычаями... Толпа представляет собой единую, низшую ступень ментальности... Та часть, которую занимает в наших действиях бессознательное, неизмеримо велика, а сознательное – весьма мало»<sup>2</sup>.

Возможности манипуляций массами проистекают из свойств массового сознания, которое характерно не только общностям людей, но и одному человеку. Массовое сознание начинает преобладать над личностью при определенных условиях или обстоятельствах, что можно обнаружить при более доскональном рассмотрении характеристик и особенностей этого типа сознания.

### *Массовое сознание*

Массовое сознание и групповое, общественное – не одно и то же. То, что массовое сознание – это особый, специфический тип сознания, впервые зафиксировано еще в конце XIX – начале XX веков исследователями

<sup>1</sup> Герцштейн Р.Э. Война, которую выиграл Гитлер. Смоленск, 1996. С.33.

<sup>2</sup> Там же. С.70.

Гюстовом Лебомом и Габриелем Тардом. Ими было замечено, что некоторые общности индивидов демонстрировали поведение отличное от форм группового. Эти общности возникали как бы случайно, по тому или иному конкретному поводу. И их характеризовала четко выраженная кратковременность существования. «А главное – они представляли собой множества индивидов, относящихся к самым различным типам и видам традиционно выделяемых групп, живо напоминая «вавилонское смешение языков и рас»<sup>1</sup>.

Г. Лебон и Г. Тард видели кардинальные изменения в обществе в массовизации, то есть в смешении и стирании социальных групп. Лебон дал развернутое описание феномена толпы и способов воздействия на нее, а Тард предложил анализ массовых процессов. Развивая теорию Лебона, Тард подчеркивал, что «в основе любого воздействия на массу лежат ее бессознательные представления, поэтому влияние на толпу при использовании ряда приемов может обладать гипнотическим эффектом и необходимым для воздействующих групп результатом»<sup>2</sup>.

Массовое сознание, по мнению Тарда, свойственно толпе и публике. Он выделил публику как новое социальное образование - социальную группу, объединенную общим источником информации. Это вполне цивилизованное («терпимое») духовное целое, рассеянное в пространстве. Толпу он определял как активное, сплоченное и преимущественно негативно действующее множество индивидов. В этой связи примечательна мысль Лебона о том, что толпой может быть не только множество рабочих, но и множество академиков<sup>3</sup>.

Таким образом формировался подход, в рамках которого массовое сознание рассматривалось как негативно окрашенное психическое явление.

Одна из наиболее развернутых концепций в рамках данного подхода представлена Хосе Ортега-и-Гассетом в работе «Восстание масс»<sup>4</sup>. Согласно

<sup>1</sup> Грушин Б.А. Указ. соч. С.158-159.

<sup>2</sup> Березин В.М. Указ. соч. С.40-41.

<sup>3</sup> Березин В.М. Указ. соч. с.41; Грушин Б.А. Указ. соч. С.159.

<sup>4</sup> Ортега-и-Гассет. Х. Восстание масс. М., 2001. 510 с.

его теории, когда единичный субъект становится частью массы, он неизменно подпадает под власть определенных, а именно, инстинктивных, иррациональных страстей, темных импульсных реакций. Интеллекту, разуму, логической аргументации нет места в массовом сознании, и причины этого заключены в самой природе «народа» - носителя данного сознания. Он считал, что у большинства людей нет мнений, отсутствует теоретическое мышление, а значит и возможность принимать правильные решения. «Поэтому мнения надо втискивать в людей под давлением извне, как смазочное масло в машину»<sup>1</sup>.

Итак, в массовом сознании превалируют эмоциональная, а не интеллектуальная сторона; в нем чаще, чем где бы то ни было, действуют «темные», иррациональные импульсы, разного рода предубеждения и предрассудки; ведущую, определяющую роль в нем играют не критически осмысленные, сознательно принятые знания, а навязанные извне стереотипы, имиджи и т.п.

При таком подходе «общественное мнение – то самое образование, которое целиком лежит в границах деятельности массового сознания, присуще лишь ему и если и обнаруживается в составе собственно группового сознания, то лишь в том смысле, что его носителями там оказываются соответствующие внутригрупповые массы»<sup>2</sup>.

Понятие общественного мнения будет рассмотрено ниже, а на данный момент стоит обратиться к категории «массовой культуры».

### *Массовая культура*

На основании рассмотренных категорий, можно сказать, что в результате осознанной (плюс, бессознательной) деятельности той или иной общности, возникает некая культура, - продукт, состоящий из набора материальных и духовных ценностей-артефактов. Такое овеществленное, приземленное определение хорошо подходит для пояснения другой важной категории –

<sup>1</sup> Грушин Б.А. Указ. соч. С.285.

<sup>2</sup> Грушин Б.А. Указ. соч. С.299.

«массовая культура». Данное понятие довольно широкое и охватывает многообразные и разнородные культурные явления XX – начала XXI веков, «получившие распространение в связи с научно-технической революцией и постоянным обновлением средств массовой коммуникации. Производство, распространение и потребление продуктов массовой культуры носит индустриально-коммерческий характер... Для эстетики массовой культуры характерно постоянное балансирование между тривиальным и оригинальным, агрессивным и сентиментальным, вульгарным и изощренным. Актуализируя и опредмечивая ожидания массовой аудитории, массовая культура отвечает ее потребностям в досуге, развлечении, игре, общении, эмоциональной компенсации или разрядке и др.»<sup>1</sup>.

Здесь важнейшая характеристика – неустойчивость в проявлениях массовой культуры, в ее постоянном «балансировании» на грани. В этом массовая культура – порождение желаний массового сознания. Более того – она воплощает его желания, которые довольно несложно предвосхитить. Для контроля над человеческим сознанием и манипулирования им, достаточно создать культурную среду, формирующую массовые потребности и предоставляющую возможности для их удовлетворения. Поэтому массовая культура цинична и идет на поводу массовых же вкусов и предпочтений: лик божества может соседствовать с порнографией, если этого пожелают потребители. Потребитель и его непритязательные желания, опять же подогреваемые самой массовой культурой, всегда в центре внимания.

Схожей, но несколько иной, точки зрения придерживается один из теоретиков постмодернизма Жан Бодрийяр. Во многом исходя из марксистских представлений об обществе и массах, он считает, что происходит массовая «катастрофическая» революция: возрастает пассивность масс, а не их мятежность, как говорили марксисты. Массы – «черная дыра», которая поглощает информацию, смыслы, коммуникацию, делая их бессмысленными и игнорируя попытки манипулировать ими.

---

<sup>1</sup> Современный энциклопедический словарь. <http://mega.km.ru/Megabook2/>

«Средства массовой информации не манипулируют массами, но вынуждены удовлетворять их растущий спрос на вещи и зрелища. В определенном смысле общество само превращается в черную дыру, которой предстают массы»<sup>1</sup>.

С тезисами о «черной дыре» и зависимостью СМИ от прихотей масс можно согласиться, однако с отсутствием здесь манипулятивного воздействия можно поспорить. Поскольку продукты культуры, в частности сообщения СМИ, формируют актуальную картину мира индивида, то и набор продуктов для масс всегда кем-то определяется. Опять же, при расчетливом подходе, желания масс можно направить в нужное для манипулятора русло (особенно, если манипулятором выступает мощный социальный институт).

Далее необходимо рассмотреть следующий круг понятий, который связан с явлением коммуникации и вытекающим из него феноменами массовой коммуникации и средств массовой коммуникации (СМК). Эти феномены являются основой взаимодействия между людьми и обеспечивают передачу информации.

*Коммуникация. Массовая коммуникация. Средства массовой коммуникации.*

«Коммуникация (от лат. communicatio – сообщение, передача) – передача информации от одной системы к другой посредством специальных материальных носителей, сигналов»<sup>2</sup>. С точки зрения социологии коммуникации, это «способы общения, позволяющие передавать и принимать разнообразную информацию»<sup>3</sup>. Можно также понимать коммуникацию как «процессы перекодировки вербальной в невербальную и невербальной в вербальную сферы»<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Ритцер Дж. Современные социологические теории. Спб., 2002. С.551.

<sup>2</sup> Энциклопедический социологический словарь. М., 1995. С.286.

<sup>3</sup> Конечкая В.П. Социология коммуникации. М., 1997. С.6.

<sup>4</sup> Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М. Киев, 2001. С.14.



Понятие «массовая коммуникация» трактуется, например, как «систематическое распространение информации (через печать, радио, телевидение, кино, звукозапись, видеозапись) с целью утверждения духовных ценностей данного общества и оказания идеологического, политического, экономического или организационного воздействия на оценки, мнения и поведение людей»<sup>1</sup>.

Нужно отметить, что появление характеристики «массовая», привносит в понятие «коммуникация» мотив подчинения чей-то воле, что наличествует хотя бы из слов «утверждение» и «воздействие». Это пока еще не манипуляция, но уже не «передача» и не «общение». Такая тенденция все ярче проявляется в оценке и интерпретации «средств массовой коммуникации» (СМК) и «средств массовой информации» (СМИ).

Понятия «СМИ» и «СМК» считаются однопорядковыми так как происходят от английского mass media. К СМИ, как правило, относят: периодические печатные издания (газеты, журналы, бюллетени и т.п.), разнообразные технические средства и способы передачи на расстояние звуковой или визуальной информации (радио, ТВ и др.). «Исторически понятие СМИ сложилось как представление о виде социального института, доминирующей характеристикой которого является воздействие на общество через информационную функцию... Научное понятие СМК формируется позже, в связи с исследованием способов коммуникации и построением моделей массовой коммуникации»<sup>2</sup>.

Массовая коммуникация может быть также определена как «социальное взаимодействие, основной функцией которого является воздействие на широкие социальные слои через содержание передаваемой информации»<sup>3</sup>.

По мнению исследователя К. Каландарова, «массовая коммуникация, как социально-обусловленный феномен, предполагает манипулирование

---

<sup>1</sup> Современный энциклопедический словарь. <http://mega.km.ru/Megabook2/>

<sup>2</sup> Конецкая В.П. Указ. соч. С.237.

<sup>3</sup> Каландаров К.Х. Управление общественным сознанием. Роль коммуникативных процессов. М., 1998. С.7.

посредством отбора и использования смысловой информации»<sup>1</sup>. Он подчеркивает, что массовая коммуникация – сложный и неоднородный процесс, а его специфика определяется несколькими факторами:

- наличием технических средств, при помощи которых осуществляется регулярное функционирование и тиражирование массовой коммуникации;
- наличием массовой аудитории (дифференцированной, анонимной), которая недостаточно осознает собственные ценностные ориентации, собственные интересы;
- наличием “многоканальности” коммуникационного массового взаимодействия, вариативности коммуникативных средств, возможности выбора коммуникационных каналов в масштабах общества<sup>2</sup>.

Исследователь подчеркивает, что воздействие информации зависит от того, насколько она соответствует социальным запросам аудитории и насколько она регулярна. При этом аудитория отдает предпочтение оценочной информации, которая и задает доминирующие тенденции в обществе. «Оценочная информация во многом способствует формированию общественного мнения, поэтому, как правило, она контролируется и служит политическим, идеологическим, экономическим и иным целям. Воздействие информации обусловлено также характеристиками массовой аудитории, которые связаны с ее неоднородностью, рассредоточенностью, анонимностью»<sup>3</sup>.

Для СМК принято выделять различные функции (информационная, интегративная, культурологическая и т.п.). Для данного исследования более всего интересны регулятивная и культурологическая функции.

К. Каландаров считает, что «регулятивная функция массовой коммуникации связана с интерактивным взаимодействием контроля над обществом. Данная функция сопряжена с формированием общественного сознания, общественного мнения, с созданием социальных стереотипов, с

---

<sup>1</sup> Там же. С.7.

<sup>2</sup> Там же. С.8.

<sup>3</sup> Каландаров К.Х. Указ. соч. С.8.

манипулированием, с социальным контролем. Создание определенных социальных условий может обусловить использование данной функции для формирования различных технологий “промывания мозгов”»<sup>1</sup>.

«Культурологическая функция массовой коммуникации связана с ретрансляцией культурнозначимой информации, с усвоением, ознакомлением с достижениями человечества, с сохранением культурной традиции, с межкультурными взаимодействиями, с консолидацией общества»<sup>2</sup>. С данной функцией сопряжено понятие «массовая культура», и как следствие формирование особого типа массовой личности, в которой благодаря целенаправленному использованию социальных норм и стереотипов, идеалов и образцов, формируются желательные для общества черты и качества.

Культурологическая функция на сегодняшний день может быть выделена в качестве доминантной и с ней связана так называемая “культурологическая теория массовой коммуникации”, в которой коммуникация трактуется как новый тип социального общения.

В рамках культурологической теории «особое значение уделяется анализу современного этапа в развитии массовой коммуникации, характеризуемого “мозаичностью” в переработке информации. Сторонники этой теории полагают, что “электронная информация” строится не по линейному (“последовательному”) принципу, а по принципу “интервального сочетания”. Линейная организация информации характерна для книжной культуры. “Мозаичная” позволяет организовывать информацию через интервалы, посредством так называемого резонанса, когда информация обрабатывается “по диагонали”, чтобы распознать наиболее интересующие фрагменты»<sup>3</sup>. То есть сознание современного человека прерывисто, фрагментарно, дискретно. В такой ситуации без специальной подготовки и высокой степени осведомленности довольно сложно установить взаимосвязи

---

<sup>1</sup> Там же, С.11.

<sup>2</sup> Там же. С.12.

<sup>3</sup> Каландаров К.Х. Указ. соч. С.12.

между различными жизненными явлениями. Поэтому манипулятор может искусственно создавать связи между различными явлениями, вплоть до инициирования события, способного соединить на первый взгляд бессвязные элементы. При этом не стоит забывать, что трактовка реальности средствами массовой коммуникации уже является псевдореальностью, вырванной из контекста частью реальности. И, опять же, восстановить более-менее истинную картину мира можно только при наличии незаурядного интеллектуального уровня.

Культурологическая теория «иногда подчеркивает негативную оценку “массовости”, “массовой аудитории”, которая характеризуется как незаинтересованная в истинном познании, управляемая, со сниженным культурным уровнем и дегуманизованная»<sup>1</sup>. Такой подход свойственен уже отмеченному направлению психологических исследований, связанных с именами Г. Тарда, Г. Лебона и ряда других исследователей. Надо отметить, что исследования массы дали толчок для развития так называемой «теории элит» (В. Парето, Г. Моска и др.).

Отталкиваясь от свойств и функций СМК, исследователь К.Каландаров считает, что с помощью определенных технологий можно прогнозировать не только реакцию аудитории на передаваемую информацию, но и возможный характер оценок и интерпретации полученных сведений. А организация «обратной связи» создает у аудитории иллюзию «соучастия в процессе», что может сильно воздействовать на психику слушателей, их мотивы и действия. «Эффект “соучастия” тем сильнее, чем лучше осуществляется обратная связь при помощи целенаправленного структурирования коммуникативного дискурса, предусматривающего последовательность информации, ее скрытую оценку, дозирование и тщательный отбор коммуникативных средств: стереотипов речевого поведения, фразеологии, формул и норм общения, слов, невербальных форм взаимодействия»<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Там же. С.13.

<sup>2</sup> Каландаров К.Х. Указ. соч. С.10.

Стоит также обратить внимание еще на два важных аспекта, характеризующих современные процессы в средствах массовой коммуникации. Первый связан с постоянным увеличением скорости доставки информации и ростом объема аудитории, что превращает СМК в незаменимый источник знаний об окружающем мире, который определяет ход мыслей и поведение человека. Таким образом, происходит «наркотизация» социума, когда человек получает готовую модель мышления или действий, не основанную на личном опыте, и таким образом, энергия людей направляется не на активное познание, а на пассивное знание<sup>1</sup>. В основе этих явлений лежат механизмы формирования и функционирования стереотипов.

Другой момент связан с масштабностью и сложностью проблем, освещаемых СМК. Полученная индивидом информация с трудом соотносится с его повседневным опытом, что делает возможным «использование СМИ в зависимости от социального заказа в диаметрально противоположных целях – или для рационализации представлений личности об окружающем мире, или в целях манипулирования индивидуальным (общественным) сознанием...»<sup>2</sup>. Рационализацию в данном случае можно считать синонимом «стереотипизации» - то есть упрощения, схематизации.

Итак, в постоянном росте аудитории, ее массовости со всеми вытекающими последствиями, увеличении скорости информационного обмена и усложнении распространяемых материалов кроются неприятные моменты, которые сильно затрудняют самостоятельность в суждениях и возможность сознательного выбора. Выход может быть только в постоянном поддержании высокого уровня информированности и постоянного интеллектуального совершенствования. Данные особенности тщательно рассматривал первооткрыватель явления социальных стереотипов Уолтер Липпман, о котором пойдет речь во второй главе.

---

<sup>1</sup> Березин В.М. Указ. соч. С.27; Энциклопедический социологический словарь М., 1995. С.466-467.

<sup>2</sup> Энциклопедический социологический словарь. М., 1995. С.467.

С представлениями об общественном, массовом сознании, а также с функциями и воздействием СМК связано понятие «общественное мнение», которое также нельзя обойти стороной.

### *Общественное мнение*

Понятие «общественное мнение» - довольно противоречивая, сложная для интерпретации категория. Его исследователи отмечают, что оно с трудом поддается определению, описанию и измерению, так как представляет собой сплав социальных, идеологических, психологических и других элементов. Это явление – продукт взаимодействия людей, коллективное высказывание по актуальным, социально значимым вопросам жизнедеятельности людей<sup>1</sup>.

Более полное и формализованное определение трактует общественное мнение как «состояние массового сознания, заключающее в себе отношение (скрытое или явное) к общественным событиям, к деятельности различных групп, организаций, отдельных личностей; выражает позицию одобрения или осуждения по тем или иным общественным проблемам, регулирует поведение индивидов, социальных групп и институтов, насаждает определенные нормы общественных отношений; действует как в рамках общества в целом, так и в рамках различных социальных групп. Активность и значение общественного мнения определяются характером социальной структуры общества, уровнем развития экономической культуры, демократических институтов и свобод. Общественное мнение находит выражение в выборах органов власти, средствах массовой коммуникации, опросах населения и др.»<sup>2</sup>.

Такое определение соответствует представлению об общественном мнении как особом, частном случае массового сознания. Можно сказать, что общественное мнение – это массовое сознание в действии. Это сознание хотя и реализуется в массе индивидуальных сознаний, но не совпадает с каждым

---

<sup>1</sup> Абдульвахед О. Формирование общественного мнения под влиянием СМИ как фактор политической культуры общества. М., 2000. С.2-6.

<sup>2</sup> Современный энциклопедический словарь. <http://mega.km.ru/Megabook2/>

из них в отдельности. Оно, как правило, неоднородно и противоречиво по своим позициям, изменчиво и подвижно в своих предпочтениях<sup>1</sup>.

Далее необходимо пояснить часто используемый термин «манипуляция» (или «манипулирование»). В этой главе дается лишь обобщенное определение феномена, поскольку подробному рассмотрению манипуляций (наряду с разбором социального стереотипа) посвящена вторая глава.

### *Манипуляция*

«Манипуляция - (франц. manipulation - от лат. manipulus - пригоршня, горсть, manus - рука), действие рукой или руками при выполнении какой-либо сложной работы; сложный прием в ручной работе. В переносном смысле - проделка, махинация»<sup>2</sup>. От умелых операций руками пошло и переносное значение - ловкое обращение с людьми как с материальными, неодушевленными объектами. Таким образом, вырисовывается одно из свойств манипуляции – ее мастерское исполнение.

Чтобы расширить представление о манипулировании людьми, можно воспользоваться определением исследователя С. Кара-Мурзы: «манипуляция – способ господства путем духовного воздействия на людей через программирование их поведения. Это воздействие направлено на психические структуры человека, осуществляется скрытно и ставит своей задачей изменение мнений, побуждений и целей людей в нужном власти направлении»<sup>3</sup>. Данная дефиниция – идеологизированное и сугубо авторское определение, однако, верно передающее суть явления манипуляции: скрытость факта воздействия и целей манипулятора, навязывание воли манипулятора адресату, нацеленность на психические структуры человека.

### *Идеологема*

---

<sup>1</sup> Грушин Б.А. Указ. соч. С.164, С.250-255.

<sup>2</sup> Современный энциклопедический словарь. <http://mega.km.ru/Megabook2/>

<sup>3</sup> Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. М., 2002. С.32.

В контексте манипуляций нужно кратко определить еще одно ключевое понятие – «идеологема».

Идеологема – это минимально значимые единицы, организующие работу сознания в плоскости соотношения языка с действительностью. Они подчинены той или иной идеологии – системе взглядов и идей, в которых осознается и оценивается отношение людей к действительности<sup>1</sup>. По мнению исследователя Г. Гусейнова, идеологема – это «знак или устойчивая совокупность знаков, отсылающих участников коммуникации к сфере должного – правильного мышления и безупречного поведения – и предостерегающих их от недозволенного»<sup>2</sup>.

В работе М.Одесского и Д.Фельдмана «Поэтика террора и новая административная ментальность» дается важнейший признак идеологема: «явления принципиально разнородные охватываются одним термином»<sup>3</sup>. Под идеологемами, таким образом, могут пониматься те термины, которые нельзя определить «классическим» образом, то есть дать более-менее четкое определение и выделить характерные черты. Поэтому идеологема оценочна, эмоционально окрашена, мифологична и часто опирается на категории «хорошо - плохо», «свой - чужой».

Одна из функций идеологем - формирование стереотипов и ценностных аксиом, которыми детерминировано мышление и поведение индивидов. Стереотипы и ценностные аксиомы усваиваются всеми представителями данной культуры, не зависимо от их отношения к определенной идеологии<sup>4</sup>.

Рядом с понятиями «идеологема» и «идеология» можно часто встретить термин «пропаганда». Пропаганда (от лат. *propaganda* — подлежащее распространению) – это распространение неких идей в обществе; в более

---

<sup>1</sup> Современный энциклопедический словарь. <http://mega.km.ru/Megabook2/>

<sup>2</sup> Гусейнов Г.Ч. Д.С.П.: Материалы к Русскому Словарю общественно-политического языка конца XX века. М., 2003. С.6.

<sup>3</sup> Одесский М.П., Фельдман Д.М. Поэтика террора и новая административная ментальность. М., 1997. С.8.

<sup>4</sup> Там же. С.7-9.



узком смысле — «политическая или идеологическая пропаганда с целью формирования у широких масс населения определенных взглядов»<sup>1</sup>.

Одно из центральных понятий данной работы – «социальный стереотип». Нужно рассмотреть данный феномен и сопоставить его с категориями (установка, архетип и миф), которые тесно связаны со стереотипом. Через объяснение этих родственных явлений можно более полно раскрыть как феномен социального стереотипа, так и явление манипуляции.

### *Социальный стереотип*

Термины «стереотип» и «социальный стереотип» («социально-политический стереотип») в общеупотребительных значениях равнозначны, поскольку в рамках данного исследования будет использоваться именно гуманитарное значение термина (в отличие от типографского «стереотипа»).

Первичное представление о социальном стереотипе дают универсальные словари.

Слово «стереотип» происходит от греческих «stereos» – «твердый» и «typos» – «отпечаток». Современный толковый словарь русского языка трактует «стереотип» как «привычное отношение человека к какому-либо явлению, сложившееся под влиянием социальных условий и предшествующего опыта»; а также как «устаревшие, предвзятые представления, связанные с предрассудками»<sup>2</sup>.

Современный энциклопедический словарь дает расширенную и более специализированную трактовку. «Стереотип социальный – схематический, стандартизированный образ или представление о социальном явлении или объекте, обычно эмоционально окрашенные и обладающие большой устойчивостью. Выражает привычное отношение человека к какому-либо явлению, сложившееся под влиянием социальных условий и

---

<sup>1</sup> Современный энциклопедический словарь. <http://mega.km.ru/Megabook2/>

<sup>2</sup> Современный толковый словарь русского языка. Спб., 2002. С.795.

предшествующего опыта; составная часть установки. Нередко синоним устаревших и предвзятых представлений, связанных с предрассудками»<sup>1</sup>.

Словарь-справочник по политологии трактует социально-политический стереотип как распространенный и укоренившийся в общественном мнении представления о каких-либо социальных группах, базирующийся на весьма ограниченном опыте и неверной информации. Причем, акцентируется негативное его влияние – искажение действительности и образов субъектов, что вызывает предубеждения и формирует предрассудки, нарушая конструктивные взаимоотношения между людьми и их группами<sup>2</sup>. Особенно распространенными и опасными называются национальные стереотипы. Яркими примерами таких социально-политических стереотипов «у нас в прошлом были "враг народа", "космополит" и др., а ныне - "лица кавказской национальности"»<sup>3</sup>. Подчеркивается, что эти стереотипы широко используются и в целях манипулирования общественным мнением. В этот ряд довольно органично вписывается и стереотип «олигарх».

Нужно отметить, что социальный стереотип не всегда плох и неверен. Напротив, стереотипы могут выполнять полезные функции (например, адаптировать человека к изменениям окружающего мира). Но, говоря о манипулировании, неизбежно акцентируются негативные стороны социального стереотипа.

### *Стереотип и установка*

Следует разграничивать понятия «стереотип» и «установка», которые иногда употребляются как синонимы. По определению Современного энциклопедического словаря, установка - это «состояние предрасположенности субъекта к определенной активности в определенной ситуации»<sup>4</sup>. Одна из наиболее разработанных теорий установки принадлежит психологу Д. Узнадзе и его научной школе.

<sup>1</sup> Современный энциклопедический словарь. <http://mega.km.ru/Megabook2/>

<sup>2</sup> Словарь-справочник по политологии. <http://www.i-u.ru/biblio/dict.aspx#find>

<sup>366</sup> Узнадзе Д.Н. Теория установки. М.-Воронеж, 1997. С.167.

<sup>4</sup> Современный энциклопедический словарь. <http://mega.km.ru/Megabook2/>

Д.Н. Узнадзе и его ученики показали, что перед всякой деятельностью человек заранее внутренне и психологически готовится к ее осуществлению, хотя данный факт может совершенно не осознаваться им. Факт предварительной психологической подготовки человека к определенному действию Д.Н. Узнадзе назвал понятием установки и экспериментально подтвердил его. Более того, из «малой теории» он превратил теорию установки в теорию общепсихологическую.

Когда речь идет об установке, предполагается, что это определенное состояние, которое как бы предваряет решение задачи, как бы заранее включает в себя направление, в котором задача на деле должна быть разрешена<sup>1</sup>. Установки могут быть, например, поведенческие или мотивационные. На основании потребности формируется мотивация, а исходя из мотивации складывается поведение индивида.

Таким образом, стереотип и установка – два разных (хотя взаимосвязанных) психологических механизма и феномена человеческого сознания, поэтому отождествлять их некорректно. То есть, социальный стереотип – это «привычное отношение», «образ», «представление», а установка – «предрасположенность к активности», «психологическая подготовка к деятельности».

Наряду с понятиями стереотипа и установки, нередко можно встретить «предрассудок». Это «буквально мнение, предшествующее рассудку, усвоенное некритически, без размышления; иррациональные компоненты общественного и индивидуального сознания, суеверия, предубеждения; неблагоприятная социальная установка к какому-либо явлению; не основанные на критически проверенном опыте, стереотипные и эмоционально окрашенные, они весьма устойчивы. Особенно живучи национальные и расовые предубеждения»<sup>2</sup>. Данную категорию можно отнести к обыденному языку, и мы, по возможности, пользоваться ей не будем.

---

<sup>1</sup> Узнадзе Д.Н. Теория установки. М.-Воронеж, 1997. С.167.

<sup>2</sup> Современный энциклопедический словарь. <http://mega.km.ru/Megabook2/>

Другими родственными стереотипу явлениями можно считать миф и архетип.

### *Архетип. Архетип и стереотип*

Одно из родственных явлений, которое не стоит путать со стереотипом, но которое находится с ним в тесной связи - архетип. Это понятие введено в широкий научный оборот швейцарским психологом К.Юнгом и получило распространение в современных исследованиях.

«Архетип (от гр. *arctepos*: *arch* – начало и *tipos* – образ) – в позднеантичной философии прообраз, идея. В социальных науках (социологии, социальной психологии) архетип связан с концепцией коллективного бессознательного К.Юнга, в «аналитической психологии» которого архетип – это врожденные, априорные, праисторические образы, общие для отдельных рас, наций и всего человечества, структурная единица коллективного бессознательного. Архетип – это всеобщие мысленные представления о действительности и ее образы. Помимо когнитивных представлений архетипы могут содержать и всеобщие эмоциональные компоненты отношения к тем или иным объектам действительности. Концепция коллективного бессознательного у Юнга носит религиозно-идеалистический характер. Архетипы, согласно этой концепции, лежат в основе национальных и общечеловеческих мифов, выявляются в произведениях искусства»<sup>1</sup>.

По Юнгу, в глубинах нашего бессознательного заключено безличное, мифологическое содержание, которое он назвал «архетипами» или «коллективным бессознательным». Архетипы – это «изначальные», «исконные» образы. «Вероятно, главнейшие мифологические мотивы общи всем расам и всем временам»<sup>2</sup>, - писал Юнг. Такое первобытное мышление, сохраненное коллективным бессознательным, и насыщенное мифологическими образами и мотивами, есть некий общий базис для всех

<sup>1</sup> Энциклопедический социологический словарь. М., 1995. С.58.

<sup>2</sup> Юнг К.Г Психологические типы. Минск, 1998. С.494.

людей независимо от национальности, цвета кожи и вероисповедания. «Архетипы – это наследство, доставшееся нам от предшествующих поколений. Наследство, о которого мы не можем отказаться при всем своем желании»<sup>1</sup>.

Между стереотипами и архетипами есть существенные различия. А. Цуладзе считает, что стереотипы лишь на какое-то время фиксируют то или иное состояние общественного сознания, эмоционально окрашивая его, сообщая ему имя, некое символическое значение. Архетип же более устойчив как во времени, так и в своей структуре. Поэтому, анализируя массовое сознание, нужно проникать глубже, искать социально-психологические, исторические источники «страхов и фобий» в архетипах, которые обретают форму стереотипов<sup>2</sup>.

В этой связи интересен архетип «доброго царя и злых бояр» - один из главных российских архетипов по мнению А.Цуладзе. Смысл его таков: несправедливый хозяин и мучитель – всегда рядом, справедливый царь далеко и не знает, что твориться. Но стоит только ему вмешаться, как правда и порядок восторжествуют. По-другому и быть не может, ведь царь – помазанник Божий и наместник Всевышнего на земле. «В российской политической мифологии “добрый царь” всегда окружен злыми и подлыми людьми, которые строят ему козни и наживаются за счет страны. Во времена Московского царства это были “злые бояре”, потом помещики, в советские времена – «враги народа». В наше время эта роль отведена “олигархам”... Путин с самого начала своего правления удачно вписался в архетип “доброго царя”, противостоящего “злым боярам” – “олигархам”, чем заслужил пламенную народную любовь»<sup>3</sup>.

## *Миф*

---

<sup>1</sup> Цуладзе А. Политическая мифология. М., 2003. С.41.

<sup>2</sup> Цуладзе А. Указ. соч. С.49.

<sup>3</sup> Цуладзе А. Указ. соч. С.67-70.

«Миф (от греч. *mythos* предание, сказание), повествование о богах, духах, обожествленных героях и первопредках, возникшее в первобытном обществе... В мифах переплетены ранние элементы религии, философии, науки и искусства. Мифам разных народов присущи сходные и повторяющиеся темы и мотивы»<sup>1</sup>. Для первобытного человека миф – основной способ познания мира. Его логике свойственно отождествлять субъект и объект, предмет и знак, человека и его имя, а также устанавливать мнимые связи между различными явлениями. Также можно сказать, что «миф - это разделяемая рядом людей фантазия, служащая множественным целям удовлетворения инстинктов, защиты и адаптации группы и ее членов»<sup>2</sup>.

А.Цуладзе в работе «Политическая мифология» дает объяснение некоторых вопросов, связанных с мифом. Исследователь считает, что мифологическое время циклично. Оно движется по кругу (прошлое-настоящее-будущее) и поэтому в мифе возможен возврат в прошлое. А прошлое служит материалом для воспроизводства образов будущего. Таким образом миф создает особую, мифологическую реальность, которая воображается человеком как истина, объективная реальность. При этом миф обладает огромной преобразующей силой: обыденные вещи превращаются в знаки и символы, а само слово-миф создает реальность<sup>3</sup>.

А.Цуладзе отмечает, что бешеный круговорот образов способствует мифологизации сознания современного человека. Поскольку миф является устойчивой структурой, то он позволяет внести хоть какую-то упорядоченность в хаотичную картину мира. В этом автор видит и положительную функцию мифов: они предохраняют общественное сознание от вредных внешних воздействий, «страхуют» его, удерживая от социальных и политических катаклизмов<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Современный энциклопедический словарь. <http://mega.km.ru/Megabook2/>

<sup>2</sup> Психоаналитический словарь. <http://www.i-u.ru/biblio/dict.aspx#find>

<sup>3</sup> Цуладзе А. Указ. соч. С.10-38.

<sup>4</sup> Цуладзе А. Указ. соч. С.84.

### *Манипулятивный потенциал мифа*

Мифы могут стать оружием в руках манипулятора: мифологические структуры обладают большой объяснительной силой, позволяющей их носителю трактовать любые события. Поэтому манипулятивное воздействие стремится сформировать у реципиента подобные объясняющие структуры. Исследователь В. Крысько суммирует воздействующую силу мифа по следующим параметрам: одновременное воздействие на эмоциональную и рациональную сферы, преувеличение частного случая (с целью сделать из него модель желаемого поведения), а также опора на бытующие в данной общности представления<sup>1</sup>.

Цель мифотворцев – искажение реальности для реализации определенных интересов. Жертва мифа – язык, который он «похищает». То есть изменяет смысл, вплоть до изменения функций языка: доминирование магической над семантической функцией<sup>2</sup>.

Миф позволяет «заполнять» собой действительность, будучи более сильным компонентом для восприятия. Условный пример – проигрыш в конкретной битве «снимается» общей верой в победу. То есть в борьбе символического и реального компонентов побеждает символический, поскольку он лучше учитывает потребности человека, чем компонент реальный, который может отличаться от надежд и чаяний человека. Поэтому миф слабо опровергается действительностью, поскольку является феноменом символической сферы, для которой действительность носит факультативный характер<sup>3</sup>.

Миф, пожалуй, есть основной элемент массового сознания, поскольку он в состоянии заполнить вакуум неизвестности, создав при этом комфортную для индивида картину мира.

Философ М. Мамардашвили также старается проникнуть в суть явления мифа. Он считает, что мифы, наряду с символами, питаются нашими

---

<sup>1</sup> Крысько В.Г. Секреты психологической войны. Минск, 1999. с.331.

<sup>2</sup> Цуладзе А. Указ. соч. С.92.

<sup>3</sup> Крысько В.Г. Указ. соч. С.229-232; Почепцов Г.В. Указ. соч., С.422-423.

чувствами, эмоциями, нашей памятью. Прошлое возвращается к нам через мифы, которые хранятся в самых темных закоулках нашей памяти. «Миф есть организация такого мира, в котором, что бы ни случилось, как раз все понятно и имело смысл»<sup>1</sup>.

Мифы являются таким образом эффективным инструментом конструирования реальности. Так как реальная жизнь не укладывается в рациональные схемы, полнота и сложность бытия передаются с помощью закодированных сообщений – мифов. Миф – это целый мир, населенный живыми существами, в реальности которого у человека, живущего мифом, нет никаких сомнений. «Миф перекидывает мостик от природного состояния человека к цивилизации, конструирует самого человека»<sup>2</sup>. Эти свойства мифа открывают практически безграничные возможности для манипулирования человеком и его поведением.

#### *Концепция мифа Ролана Барта*

Объяснение феномена мифа и механизма его манипулятивного воздействия можно найти у французского культуролога Ролана Барта.

Он считал, что миф представляет собой систему, которая позволяет осуществлять коммуникацию с внешним миром. «Поскольку миф – это слово, то мифом может стать все, что покрывается дискурсом. Определяющим для мифа является не предмет его сообщения, а способ, которым оно высказывается; у мифа имеются формальные границы, но нет субстанциональных. Наш мир бесконечно суггестивен. Любой предмет этого мира может из замкнуто-немного существования перейти в состояние слова, открыться для усвоения обществом – ведь никакой закон, ни природный, ни иной, не запрещает нам говорить о чем угодно»<sup>3</sup>, - писал Барт.

В работе «Миф сегодня» Барт исследует возможность «дешифровки», развенчания, мифа. Если быть более точным, он предлагал

---

<sup>1</sup> Мамардашвили М.К. Введение в философию//Мой опыт нетипичен. СПб., 2000. С.40.

<sup>2</sup> Мамардашвили М.К. Указ. соч. С.47.

<sup>3</sup> Барт Р. Мифологии. М., 2000. С.233-234.



«деконструировать» (обнажить схему существования мифа) и «похитить» миф (мифологизировать сам миф).

Для исследования мифа, Барт обращается к семиологии – науке о знаковых формах. Миф рассматривается как семиологическая система, в которой проявляется соотношение двух элементов – означающего и означаемого. Их совокупность представляет знак. Означающее – пусто (это форма), означаемое – это сообщение (понятие), которым наполняется форма-Означающее. Совокупность формы и понятия дают знак – итог ассоциации двух первых членов. Для иллюстрации, Барт приводит пример с букетом роз, выражающих любовь: сами по себе розы ничего не означают (Означаемое), но если в них вложить сообщение (любовь – Означающее), то это уже знак, который несет в себе некий смысл (выражение чувств к любимому человеку)<sup>1</sup>.

Миф ко всему прочему – вторичная знаковая система: что в первичной было знаком – во вторичной всего лишь означаемое. Первичная система – это язык. Миф надстраивается над первичным языком, над языковым значением и происходит смысловой сдвиг. Означающее мифа рассматривается Бартом с двух точек зрения – как итоговый член системы языка и как исходный член системы мифа. В первом случае знак Барт называет смыслом, во втором – формой. Означаемое в мифе он называет понятием, а знак – значением<sup>2</sup>.

Барт изобразил модель функционирования мифа в следующей схеме:

<b>Язык</b>	<b>1. Означающее (форма)</b>	<b>2. Означаемое (понятие)</b>
	<b>3. Знак (смысл)</b>	
<b>Миф</b>	<b>I. ОЗНАЧАЮЩЕЕ (форма для мифа)</b>	<b>II. ОЗНАЧАЕМОЕ (понятие)</b>
	<b>III. ЗНАК (значение)</b>	

Таким образом, естественный язык – это язык-объект, которым овладевает миф для создания собственной системы. Миф – это метаязык,

<sup>1</sup> Там же. С.235-238.

<sup>2</sup> Барт Р. Указ. соч. С.235-242.

язык вторичный, на котором говорят о первичном. Манипулятор реализует свое воздействие, создавая идеологемы, которые, внедряясь в массовое сознание, формируют социальные стереотипы и становятся мифом.

В мифе форма, которая «очищена» от смысла, наполняется понятием. В понятие вкладывается не реальность, а представление о ней, нужное манипулятору. Под воздействием понятия смысл деформируется. И основной функцией мифа является (по Барту) деформация реальности. Миф удаляет реальность, историчность из языка, отмечая все лишнее, и создает свою псевдореальность, альтернативную систему. За счет новых понятий в системе языка создает новую систему значений<sup>1</sup>.

Эта схема дала возможность описать явление «похищения языка»: «Миф – это похищенное и возвращенное слово»<sup>2</sup>. Только возвращается слово уже другим, неся в себе значение мифа. Суть «похищения» - миф превращает смысл в форму.

Исходя из рассуждений о похищении мифом языка, Барт предложил схему «борьбы» с мифом - «похищение» самого мифа посредством создания вторичного мифа. То есть в новом мифе Означающим (формой) выступит значение первичного мифа. Первичный миф таким образом рассматривается как «наивное сознание», а вторичный миф превращается в сатиру на первичный<sup>3</sup>.

«Похищение» мифа теоретически позволяет вернуться к реальности, избавиться от влияния мифа. Как патетически замечает А.Цуладзе, «однако это прозрение недолговечно и иллюзорно. Реальность постоянно ускользает от нас. Освободившись от одного мифа, человек открывается для другого. Свято место пусто не бывает»<sup>4</sup>.

Итак, миф – это также как и архетип, феномен коллективной психики. Включаясь в миф, индивидуальная психика растворяется в коллективной. Точнее, по Юнгу, будет сказать, что сознание индивида погружается в

<sup>1</sup> Барт Р. Указ. соч. С.242-253.

<sup>2</sup> Там же. С.251.

<sup>3</sup> Там же. С.257-264.

<sup>4</sup> Цуладзе А. Указ. соч. С.35.

бессознательное, где всякая индивидуальность отсутствует, а есть лишь коллективное бессознательное. Миф как бы подводит всех людей под общий знаменатель. Поэтому миф является мощным инструментом воздействия на людей<sup>1</sup>.

### *Миф и стереотип. Миф и архетип*

Миф довольно часто путают со стереотипом, однако можно заметить, что это разные явления. А.Цуладзе считает, что «стереотип – это ярлык, который навешивается на человека или группу людей. Например, «Сталин – диктатор». Мы получаем некоторую заданную оценку, формулу. Но раскрывается она только в мифе о «Сталине-диктаторе». Стереотип лишь задает тональность, контекст. Но в нем нет рассказа, story... Стереотип лишь выступает в роли указателя, отсылает к тому или иному мифу, но сам мифом не является. Стереотип отливает формы, которые затем поступают в распоряжение мифа... Часто стереотип выступает в роли тарана, который взламывает сопротивление аудитории, пробивает брешь в ее сознании. А в эту брешь уже устремляется миф»<sup>2</sup>.

Говоря о соотношении мифов и архетипов, А.Цуладзе отмечает, что на архетипах основаны так называемые «вечные» мифы (о Золотом веке, национальном превосходстве, исконной духовности). Эти мифы глубоко укоренены в народном сознании и их практически невозможно уничтожить. Их можно либо актуализировать, то есть пробудить, либо загнать обратно в глубины подсознания, поставив им мощный заслон. Сила «вечных» мифов – в их способности возвращаться к жизни в другом обличье<sup>3</sup>.

Таким образом, архетипы - это энергетическая подпитка для мифа. «У каждого народа свои архетипические особенности, т.к. архетипы формировались в начале его истории. Сформировавшись, они сопровождают

---

<sup>1</sup> Там же С.31-43.

<sup>2</sup> Цуладзе А. Указ. соч. С.48.

<sup>3</sup> Там же. С.58.

народ на протяжении всего исторического пути»<sup>1</sup>. Архетипы - древние, но прочные каркасы для мифов будущего.

Манипулятивные термины и «ярлыки» входят в широкий обиход благодаря СМИ, становятся привычными и повседневными словами и вытесняют менее агрессивные термины. Они действенны, когда вписываются в определенную систему мифологии: «олигархи» вписались в архетип «злых бояр» и стали частью современной политической мифологии<sup>2</sup>. Стереотип, таким образом, - один из элементов, вплетенных в мифологическую картину мира индивида.

### **Выводы главы**

Человеческую сущность можно рассматривать с точки зрения двух векторов – «рационального» и «иррационального».

К «рациональному» вектору относится сфера сознательного, осмысленного и, следовательно, категории личность – группа – общество. К иррациональному вектору отнесена сфера бессознательного, примитивного, а значит такие категории, как индивид – масса – массовое общество.

Нужно подчеркнуть, что эти два направления тесно переплетены, а разделять их можно только условно. Более того, без постоянного противоборства и взаимодействия «рационального» и «иррационального» невозможно развитие личности и общества.

Категории стереотип, установка, идеологема, миф, архетип – родственные явления, находящиеся в одной плоскости человеческой сущности – в плоскости формирования представлений о внешнем мире и моделей взаимодействия с окружающей средой.

Идеологема – это идейное предписание, подчиненное определенной идеологии. Социальный стереотип – это упрощенное, оценочное, эмоционально окрашенное представление (или образ), выражающее привычное отношение к явлению или социальной группе. Установка –

---

<sup>1</sup> Там же. С.60.

<sup>2</sup> Там же. С.99.

предрасположенность к определенной активности в определенной ситуации, внутренняя подготовка к действию. Три этих категории с оговорками можно отнести к рациональной сфере человека. Манипулятор стремится сформировать и контролировать эти механизмы.

Мифы – это модели для объяснения явлений внешнего мира, основанные на иррациональных и фантастических представлениях. Архетипы – это всеобщие представления и образы, берущие начало в первобытном мышлении. Архетипы – «каркасы» для мифов, их «энергетическая» подпитка. Данные категории могут быть отнесены к иррациональной сфере человека. Через эти структуры манипулятор получает доступ к внутреннему миру адресата.

Возможности для широкомасштабного манипулирования предоставляет массовизация. Процессы массовизации сопровождаются нарушением двусторонних отношений людей и их разобщением. Происходит уравнивание свойств индивида и утеря уникальных черт личности. Бурное развитие масс-медиа и увеличение односторонних потоков информации, идущих на индивида. Информация становится все менее доступной для понимания и критической оценки. В результате, иррациональная, бессознательная составляющая человека начинает доминировать.

Массы находят свое выражение в толпе (объединение по пространственному признаку) или в публике (объединение общим источником информации). Массы характеризуются особым типом сознания – массовым сознанием: эмоциональным, инстинктивным, иррациональным; основанным на навязанных извне имиджах и стереотипах, предубеждениях и предрассудках, архетипах и мифах.

Уровню массового общества соответствует массовая культура. Ее функция – опредмечивать и актуализировать желания массовой аудитории.

Разнородные, неустойчивые, бесструктурные, восприимчивые и податливые массы становятся легкой добычей манипулятора. Инструментом манипуляции становятся, в частности, идеологемы (смысловые

предписания), а мишенями воздействия и механизмами реализации манипуляции – социальные стереотипы. Средства массовой коммуникации при этом служат каналом коммуникации и выполняют роли распространения, регулирования и маскировки манипулятивного воздействия.

Основной вывод главы - обширность накопленных знаний в областях манипуляции сознанием и особенностей человеческой психики и общества, позволяет создавать специальные манипулятивные техники и технологии.

## **Глава 2. Социальный стереотип в технологиях манипуляции**

**Задача главы** – раскрыть понятие социального стереотипа, выделить основные параметры явления; выявить и определить основные элементы в модели манипуляции сознанием.

В данной главе подробно рассматривается феномен социальных стереотипов, а также технологии манипулирования сознанием и механизмы реализации манипулятивного воздействия, использующие, в частности, идеологему для формирования и эксплуатации социальных стереотипов, которые в свою очередь вписывается в мифологическую картину мира индивида.

### **2.1 Уолтер Липпман и понятие «стереотип»**

Уолтер Липпман (1889-1974) – авторитетнейший политический обозреватель США, оригинальный философ и мыслитель, теоретик внешней политики Америки. Ему принадлежит авторство термина «социальный стереотип».

Следует остановиться на воззрениях первооткрывателя феномена, поскольку Липпман не просто выделил определение и сформулировал представление о социальном стереотипе – он сумел проследить взаимосвязи между стереотипами, возможностью манипуляции человеческим сознанием и кризисом демократии, которая фактически трансформируется в олигархию.

В 10-х гг. XX века, Липпман вместе с именитым журналистом Линкольном Стеффенсом (журнал «Everybody's») расследовал механизмы функционирования американской финансовой олигархии. Результаты исследования подтвердили исходную гипотезу Стеффенса: существуют единые законы коррупции в управлении большими организациями, будь то

город или финансово промышленная группа. Журналисты выявили, что властная структура представляет собой пирамиду, есть тенденция сосредоточения власти в руках лиц, не обязательно обладающих официальными постами, а также присутствует стремление организации расти в обход правовых рамок.

Расследование Липпмана выявило олигархическую сущность крупного капитала, взбудоражило общественное мнение и послужило созданию государственного механизма противодействия, который должен был защитить общество от посягательств на его экономическую безопасность, защитить демократию. Но и крупные финансово-промышленные группы, видимо, извлекли свой урок.

Почти через десять лет после громкого расследования, в 1922 году, вышла книга Липпмана «Общественное мнение»<sup>1</sup>, в которой он ставил под сомнение возможность опираться на общество и его суждения при решении значимых государственных вопросов. Здесь Липпман доказывал, что гражданина (основы демократического порядка), способного разумно и самостоятельно судить обо всем на базе непосредственного опыта и знаний больше не существует. Современная жизнь все более усложняется, труд специализируется, а человек не в состоянии держать в поле зрения и воспринимать все изменения. Рамки опыта ограничены, а проблемы становятся все более сложными – следовательно, эти явления превращаются в нечто «неосознаваемое, невидимое и немислимое»<sup>2</sup>. Это первый аспект проблемы – катастрофическое для сознания простого человека количество усложняющейся информации и ограниченные человеческие возможности для ее восприятия.

Второй аспект – особенности механизмов психики человека. «По большей части, - писал Липпман, - вместо того чтобы сначала увидеть, а потом определять, мы, напротив, сначала определяем, а потом видим. Мы замечаем только то, что уже сформулировано для нас нашей культурой,

---

<sup>1</sup> Lippmann W. Public Opinion. N.Y., 1922.

<sup>2</sup> Там же. С.104



причем воспринимаем это замеченное в форме стереотипов своей культуры»<sup>1</sup>. То есть, представления о действительности искажаются стереотипами мышления, сформированными культурной средой. Поэтому человек не способен адекватно оценивать многие проблемы.

В работе Липпмана «Общественное мнение» впервые появляется понятие «стереотип». Это понятие означает, что человек создает себе «псевдореальность», которая помогает упорядочить кажущийся хаос внешнего мира, но при этом является лишь искаженным суждением о реальности. «Хотя люди готовы признать, что любая проблема имеет две стороны, - заострял свою мысль Липпман, - они не в силах поверить, что это относится и к так называемым “фактам”»<sup>2</sup>. Следовательно, общественное мнение – всего лишь «морализованная и упорядоченная версия фактов», основанная на искаженных представлениях (стереотипах).

Развивая мысль, Липпман приходит к выводу, что в такой ситуации даже пресса не способна решить проблему. Он сравнивает подачу материала прессой с лучом прожектора, который выхватывает из темноты один-другой случай, но не способен высветить всю проблему. Поэтому необходимо избавляться от «невыносимой и утопической выдумки о том, что каждый из нас должен выработать компетентное мнение по всему кругу общественных проблем»<sup>3</sup>. Он объясняет это тем, что у большинства людей просто нет времени, желания или способностей, чтобы решать проблемы управления обществом. А это - кризис демократии и неспособность общественно-политической системы защитить себя и своих граждан.

Выход из ситуации Липпман видел в передаче всех полномочий и ответственности так называемым «инсайдерам» (еще один изобретенный Липпманом термин) – просвещенному и компетентному меньшинству, технократической элите, обладающей всем объемом информации, прекрасно разбирающейся в проблемах. «Инсайдеры» должны принимать решения в

---

<sup>1</sup> Печатнов В.О. Указ. соч. С.104.

<sup>2</sup> Печатнов В.О. Указ. соч. С.104.

<sup>3</sup> Там же. С.105.

интересах всего общества. «Общие интересы, как правило, полностью ускользают от общественного мнения и могут осуществляться только особым классом специалистов»<sup>1</sup>, - считал Липпман. Всем же остальным, то есть «аутсайдерам», остается только следить за правильностью процедур экспертиз и принятий решений.

По выражению одного из биографов, «глубокий диагноз Липпмана контрастировал с малоубедительным методом лечения»<sup>2</sup>. Ведь если так несовершенна человеческая натура, то почему должна быть уверенность, что «инсайдеры» преодолеют свои стереотипы, не поступятся принципами беспристрастности и политического бескорыстия?

То есть Липпман признает неспособность массового человека определять свою судьбу и неизбежность перехода управления системой и контроля над ней в руки просвещенного меньшинства. То есть, по сути, олигархии в том или ином виде.

К окончательным выводам на этот счет Липпман приходит в книге «Призрачная публика»<sup>3</sup>, которая увидела свет в 1925 году. Она была задумана как продолжение «Общественного мнения», но превзошла ее по пессимизму в анализе и выводах. Здесь автор развивает тезис об узких пределах влияния масс на общественные дела. «Я постарался очертить эти пределы и разрушить старую основополагающую догму демократии о якобы стоящей за всеми событиями всезнающей и всемогущей публике»<sup>4</sup>.

Липпман приходит к мысли, что современный государственный механизм слишком тонкий и сложный, чтобы мог контролироваться непросвещенной, непостоянной и инертной публикой, погруженной в свои мелкие житейские проблемы. Идеал «суперкомпетентного, суверенного гражданина» «фальшив и недостижим». Публика по своей природе «дилетантски любопытна, переменчива... замечает только грубые контрасты, с трудом раскачивается и легко отвлекается... она персонализирует все

<sup>1</sup> Печатнов В.О. Указ. соч. С.105.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Lippmann W. The Phantom Public. N.Y., 1925.

<sup>4</sup> Там же. С.115.

воспринимаемое и проявляет интерес только к событиям, мелодраматизированным как конфликт»<sup>1</sup>. Такая публика не способна быть арбитром в решении государственных вопросов, не говоря уже о политической инициативе и творчестве.

Липпман приводит такую аналогию: если уподоблять политику театру, то общественность напоминает плохих зрителей, «которые приходят в середине третьего акта и уходят до аплодисментов, успев лишь решить для себя, кто герой, а кто злодей в пьесе. Однако даже это решение принимается без понимания ее подлинных достоинств, на основе обрывков поведения, кусочков ситуации и грубых внешних примет»<sup>2</sup>.

Вывод жёсток: реальной общественности, способной определять политику, нет. Есть «призрачная публика», способная только сказать «да» или «нет» без глубинного понимания проблем и заменить одних властных «инсайдеров» на других.

Такие мысли перекликались с рассуждениями других видных теоретиков кризиса демократии и представителей теории элит – В.Парето и Р.Михельса и теоретиков психологии толп (Г. Лебона и Г. Тарда).

Теперь Липпман не предлагает спасительных технократических рецептов как в «Общественном мнении». Зыбкость основ демократии накладывается на понимание отсутствие альтернативы ей, а значит и ясна невозможность совершенного или хотя бы единого общества. По логике Липпмана, у демократии остается только одно, чисто практическое преимущество перед другими системами правления – возможность мирного урегулирования конфликтов в обществе. «Оправдание правления большинства в политике нужно искать не в его этическом превосходстве, а в элементарной нужде обезопасить для цивилизованного общества силу, заключенную в массах людей»<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Печатнов В.О. Указ. соч. С.115.

<sup>2</sup> Там же. С.116.

<sup>3</sup> Там же. С.116.

Итак, Липпман не просто определил и раскрыл понятие социального стереотипа, но и описал кризис современной ему демократической системы, которая приводит к фактической олигархии. Под «олигархией» в данном случае понимается неизбежная концентрация власти в руках небольшой группы «инсайдеров». Таким образом, руководящая прослойка общества, имеющая наиболее полную информацию и контролирующая сферы экономики, производства и политики, устанавливает свое господство.

Далее, нужно подробнее рассмотреть феномен стереотипа и раскрыть суть современных представлений о феномене; следом обратиться к феномену манипуляции и технологиям скрытого воздействия и управления человеком; в конце главы рассматривается социальный стереотип как составной элемент технологии манипуляции.

## **2.2. Социальный стереотип как феномен и его исследования**

Заложенные Липпманом основы для изучения социальных стереотипов были в последующем развиты многими учеными. В основном, теорией стереотипов занимались социальная психология, а также одно из ее направлений - социально-политическая психология. Не обошла стороной теорию стереотипа и теория пропаганды.

### *Социальный стереотип в традиции советских пропагандистов*

Социальные стереотипы рассматривались в частности социалистической пропагандой. В этом направлении наиболее примечателен польский исследователь Л. Войтасик. Он, ссылаясь на Липпмана, определял стереотип как «упрощенное, заранее принятое представление, не вытекающее из собственного опыта»<sup>1</sup>.

Современное, по мнению Войтасика, определение стереотипа «отличается от классического определения У. Липпмана и включает

---

<sup>1</sup> Войтасик Л. Психология политической пропаганды. М., 1981. С.118.

несколько значений, таких, как определенная убежденность, простейшее явление познания, обобщение или взгляд»<sup>1</sup>.

Ссылаясь на исследователя Т. Мадрижицкого, Войтасик выделяет следующие черты стереотипа:

- стереотипы являются неправильными обобщениями – слишком широкими, преувеличенными или упрощенными;

- стереотипы являются убеждениями, общими для определенной группы людей в обществе, обычно связанными с представлениями о социально-психологических или антропологических характеристиках других общественных групп;

- стереотипы, будучи системой убеждений и установок, принятых заранее, не формируются через социальный опыт;

- стереотипы передаются с помощью языка;

- стереотипы относительно устойчивы и с трудом поддаются изменению<sup>2</sup>.

На основании этих характеристик стереотип понимается как «распространенные с помощью языка или образа в определенных социальных группах устойчивые представления о фактах действительности, приводящие к весьма упрощенным и преувеличенным оценкам и суждениям со стороны индивидов»<sup>3</sup>.

Л. Войтасик выделяет две причины возникновения стереотипов: склонность людей к упрощенному мышлению и стремление выразить абстрактные понятия в конкретных образах. Из этих двух источников «возникают стереотипы, которые выступают как условные «ярлыки», наклеиваемые на людей и явления»<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Войтасик Л. Указ. соч. С.118.

<sup>2</sup> Войтасик Л. Указ. соч. С.119.

<sup>3</sup> Там же.

<sup>4</sup> Там же. С.120.

Польский исследователь относит стереотипы к «специфической группе установок (наряду с предрассудками)»<sup>1</sup>. Нужно отметить, что это утверждение опровергнуто современной социальной психологией.

Заканчивая рассмотрение феномена стереотипа, Войтасик приводит идеологизированное, но верное с точки зрения действительности высказывание: «Империалистическая, и в особенности американская, пропаганда, сознательно создает стереотипы как механизмы манипуляции»<sup>2</sup>. Действительно, если отбросить пропагандистские ярлыки, следует признать, что при демократии основным компонентом коммуникации является убеждение адресата, а не приказ, как в системе жесткой иерархии (каковой был Советский Союз). Необходимость убеждать, в свою очередь, активизирует применение технологий манипулирования людьми<sup>3</sup>.

#### *Современные представления о социальных стереотипах*

Представленной Войтасиком концепции недостаточно для раскрытия основных параметров социального стереотипа. Поэтому следует привлечь результаты исследований современной социальной психологии, опирающейся на опыт различных психологических течений.

По мнению исследователя О. Ваниной, концепции социального стереотипа разрабатывались преимущественно в рамках трех различных социально-психологических парадигм: психоаналитической, необихевиористской, и когнитивной. Единого взгляда на природу и сущность стереотипов нет. Ванина считает, что проверку временем по-настоящему выдержал только когнитивный подход, представляющей феномен как результат познавательной деятельности человека, и подавляющее большинство современных исследований связано с этим направлением. Однако доминирование когнитивного подхода полностью не отрицает наработанного опыта двух других направлений, а представляет более

---

<sup>1</sup> Войтасик Л. Указ. соч. С.120.

<sup>2</sup> Там же. С.122.

<sup>3</sup> Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М.-Киев, 2001. С.11-13.

широкие возможности для исследования социального стереотипа<sup>1</sup>. На сегодняшний день, почти традиционно, наиболее разработанной и полной представляется когнитивистская концепция исследователя Г. Тэджфела<sup>2</sup>.

В современных представлениях социальный стереотип видится способом маркировки «своих» и «чужих» для быстрой, без конкретной проверки классификации окружающих. Разнообразие и мобильность социальных общностей, к которым принадлежит и с которыми сталкивается современный человек, непрестанно ставят перед ним задачу поиска границ между «своими» и многочисленными и меняющимися «чужими»<sup>3</sup>.

Опять же ссылаясь на Липпмана, современные исследователи интерпретируют социальный стереотип как «общепринятые, стандартные, а потому всегда несколько упрощенные и предвзятые представления людей о членах собственной группы и, особенно, о членах иных социальных групп»<sup>4</sup>.

В понимании коллектива исследователей с кафедры социальной психологии МГУ, «стереотип – исторически созданный социально разделяемый образ «своих» и «чужих», функция которого – не столько отрегулировать отношения между «нами» и «ними», сколько построить упорядоченную и предсказуемую картину социального мира и найти свое место в ней»<sup>5</sup>. Назначение стереотипа скорее не наладить отношения с другими, а создать образ своей группы, который позволит себя с ней идентифицировать. Сверхзадача социального стереотипа – обеспечить пусть символическую, но целостность социальной общности.

Нужно заметить, что социальный стереотип трактуется в более узком смысле - не как представление о любом социальном объекте или явлении, а как представление о группе или ее представителе. Такой подход присущ традиции американской социальной психологии, где термин «стереотип»

---

<sup>1</sup> Ванина О.Н. Исследование феномена социального стереотипа: социально-психологический и социологический подходы. <http://sociologi.narod.ru/3.htm>

<sup>2</sup> Tajfel H. Intergroup Behavior. Oxford, 1981.

<sup>3</sup> Социальные стереотипы: вчера, сегодня, завтра // Социальная психология в современном мире. М., 2002. С.76.

<sup>4</sup> Там же. С.77.

<sup>5</sup> Там же. С.92.

обозначает образ члена той или иной социальной, как правило, этнической, группы. При этом речь идет преимущественно о негативном образе представителей инакомыслящих групп. Этот образ представляет собой совокупность мифических признаков, приписываемых группам, и широко распространенной ложной информации<sup>1</sup>.

В настоящее время все большее признание находит выдвинутая в 1950 году О.Клайнбергом гипотеза о «зерне истины» в стереотипе, согласно которой общий объем истинных знаний в нем превышает объем ложных. К слову, Липпман также считал, что стереотип не обязательно ложен, а в некоторых случаях может быть и абсолютно правилен<sup>2</sup>.

Также в ходе ряда эмпирических исследований были получены достаточные данные о природе стереотипа. В частности, выяснилось, что он обладает свойствами фиксированной установки<sup>3</sup>. Однако это не дает оснований ставить знак равенства между явлениями, а лишь позволяет установить взаимосвязь между этими психическими механизмами. «Стереотип – в основном когнитивное образование, разновидность социального знания, установка же помимо когнитивных имеет еще и мотивационную, а также...другие функции»<sup>4</sup>.

Некоторые исследователи выделяют также особую структуру стереотипа. Так, Ванина О.Н. со ссылкой на Надирашвили Ш.А. отмечает трехкомпонентную структуру социального стереотипа:

1. аффективный (эмоциональный) уровень, включающий в себя чувство симпатии или антипатии относительно реального или символического объекта;

2. когнитивный (познавательный) уровень, выражающийся в осознании аффективного компонента, представленный в мнении или суждении относительно данного объекта;

---

<sup>1</sup> Политическая энциклопедия. М., 1999. С.469.

<sup>2</sup> Социальные стереотипы: вчера, сегодня, завтра // Социальная психология в современном мире. М., 2002. С.86; Политическая энциклопедия. М., 1999. С.469.

<sup>3</sup> Политическая энциклопедия. М., 1999. С.469.

<sup>4</sup> Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. М., 1994. С.139.



3. поведенческий уровень, представляющий программу действий, касающихся данного объекта<sup>1</sup>.

Такая классификация внутри самого стереотипа помогает лучше представить его взаимоотношения не только с психическими структурами человека, но и с возможными его проявлениями во внешнем мире. Таким образом, возвращаясь к фрейдовской терминологии, на первом уровне стереотип представлен в области бессознательного, на втором и третьем уровнях – в области сознательного. Та или иная манипуляция, очевидно, направлена, прежде всего, на первый уровень стереотипа, с целью программирования второго и третьего.

### *Причины возникновения социальных стереотипов*

Нынешнее поколение исследователей называет две причины возникновения социальных стереотипов.

Повседневная жизнь человека имеет социальный характер, где очень высока значимость ориентировки в «мы» и «они». Социальные стереотипы – наиболее простое, проверенное историей человечества средство социального контроля окружения, что позволяет «сохранить позитивную групповую идентичность»<sup>2</sup>. Это первая причина.

Вторая причина видится в устройстве когнитивного (познавательного) аппарата человека, который вынужден перерабатывать постоянно возрастающий объем информации, а потому страдает «патологическим стремлением к категоризации»<sup>3</sup>. Здесь главная функция – в когнитивной экономии: при минимуме усилий максимум воспринятой информации. «Предполагается, что человек выбирает стереотипизацию, так как она требует от него меньше когнитивных ресурсов, чем индивидуализация, и

---

<sup>1</sup> Ванина О.Н. Методы исследования стереотипа // Социология. 1997. №1. С.16.

<sup>2</sup> Социальные стереотипы: вчера, сегодня, завтра // Социальная психология в современном мире. М., 2002. С.88.

<sup>3</sup> Там же.

избавляет от суровой необходимости реагировать на непостижимо сложный социальный мир»<sup>1</sup>.

При таком подходе следует, что стереотип - результат протекания когнитивных (то есть познавательных) процессов индивида. Природа стереотипа – рациональна, хотя он и создает эмоционально окрашенное представление<sup>2</sup>.

Таким образом, «стереотипы формируются под воздействием двух факторов: бессознательной коллективной переработки и индивидуальной социокультурной среды, а также при целенаправленном идеологическом воздействии с помощью СМИ»<sup>3</sup>. В такой трактовке, СМИ осуществляют функцию социального контроля, а социокультурная среда помогает приспособиться индивиду к изменениям внешнего мира.

### *Свойства социального стереотипа*

Что касается свойств стереотипа, их перечень включает несколько «измерений», каждое из которых является предметом оживленных дискуссий. В данном случае, выделяется пять основных свойств.

#### 1. Согласованность

То есть «высокая степень единства представлений среди членов стереотипизирующей группы. Согласованность считал важнейшей характеристикой А. Тэджфел. По его мнению, социальными стереотипами можно считать лишь представления, разделяемые достаточно большим числом индивидов в пределах социальных общностей»<sup>4</sup>.

#### 2. Схематичность и упрощенность.

В силу этого свойства, некоторые исследователи относят стереотип к «иррациональным» феноменам. Однако по Тэджфелу стереотипизация все же «рациональная форма познания, частный случай более универсального

---

<sup>1</sup> Там же.

<sup>2</sup> Ванина О.Н. Исследование феномена социального стереотипа: социально-психологический и социологический подходы <http://sociologi.narod.ru/3.htm>

<sup>3</sup> Мельник Г. С. Mass Media: психологические процессы и эффекты. Спб., 1996. С.93.

<sup>4</sup> Социальные стереотипы: вчера, сегодня, завтра // Социальная психология в современном мире. М., 2002. С.78.

процесса категоризации, основная функция которого систематизировать изобилие и упростить сложность информации, получаемой челом из окружающей среды». Таким образом схематичность и упрощенность служит построению рациональных представлений<sup>1</sup>.

### 3. Эмоционально-оценочная нагруженность.

В рамках этой характеристики любопытно развитие исследователями из МГУ идеи американской исследовательницы С.Фиск, что стереотип не обязательно несет в себе отрицательный заряд. «Следует подчеркнуть, что позитивно пристрастным можно быть не только к «своим», таким же, как Я, но и к тем «чужим», которые не вызывают чувства угрозы. «Своих», таким образом, любят за поддержку или ее предчувствие в разделяемых с ними сложных ситуациях, «чужих» - за ощущение безопасности, порожденное сознанием собственной силы. Тем же, от кого исходит угроза, могут завидовать, и одновременно их могут уважать»<sup>2</sup>.

### 4. Устойчивость.

Это одно из самых спорных утверждений, поскольку его сложно проверить эмпирически. И еще потому, что «при изменении отношений между группами или при поступлении новой информации их [стереотипов] содержание и даже направленность подвержены значительным трансформациям»<sup>3</sup>. По мнению Г. Мельника, «изменение стереотипов происходит при аккумуляции большого количества опровергающей информации»<sup>4</sup>.

Можно говорить об относительной устойчивости некоторой части, «костяка» стереотипа. В этой связи к стереотипу может быть применена гипотеза Ж.-К. Абрика о центральном ядре представлений. Согласно ей, существует центральное, структурное ядро явления – это элементы, определяющие смысл и внутреннюю организацию. Ядро «связано с

---

<sup>1</sup> Социальные стереотипы: вчера, сегодня, завтра // Социальная психология в современном мире. М., 2002. С.80.

<sup>2</sup> Там же. С.83.

<sup>3</sup> Там же. С.84.

<sup>4</sup> Мельник Г.С. Указ. соч. С.91.

коллективной памятью и историей группы, обуславливает ее консенсус и гомогенность, оно стабильно и сопротивляется изменениям»<sup>1</sup>. И существует периферическая система, элементы которой обеспечивают «с одной стороны, адаптацию исторически детерминированного представления к конкретным условиям жизнедеятельности социальной общности, с другой – интеграцию индивидуального опыта членов группы»<sup>2</sup>. За счет динамичности и изменяемости периферии сохраняется целостность ядра. То есть общекультурные, базовые стереотипы и их компоненты (элементы мифов, архетипов) представляют ядро, а индивидуальные убеждения и представления, которые могут активно изменяться, - это периферия. Такая объяснительная модель может быть применена как ко всей совокупной системе бытующих социальных стереотипов, так и к одному конкретному социальному стереотипу.

#### 5. Неточность

Неточность может выражаться в приписывании слишком обобщенных черт какой-либо социальной группе. В этой ситуации также ошибкой будет приписывание каждому из членов этой группы черт, выделенных для целой группы.

Опять же, в указанной выше гипотезе О.Клайнберга (о «зерне истины» в стереотипе) есть слабые места. Например, нет никакой уверенности, что люди точно воспринимают не только чужую, но и свою группу. Проверить правильность суждений можно только одним способом – сопоставив суждения с эмпирически проверяемой информацией о характеристиках какой-либо группы. Но здесь сложно доказать, что внешние показатели реально отражают черту всей группы. Поэтому, проблема истинности социальных стереотипов остается, по существу, нерешенной<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Социальные стереотипы: вчера, сегодня, завтра // Социальная психология в современном мире. М., 2002. С.85.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Там же. С.86-87.

### *Функции социального стереотипа*

При описании функций социальных стереотипов выделяют два уровня – индивидуальный и социальный. Г. Тэджфел рассматривал стереотип как один из социально-психологических феноменов, обслуживающих социальный процесс, выделяет две функции стереотипа на индивидуальном и три на групповом уровнях.

К индивидуальному уровню относятся: когнитивная (систематизация информации, схематизация, упрощение и т.п.) и ценностно-защитная (создание и сохранение положительного «Я-образа») функции.

К социальному уровню – идеологическая (формирование и сохранение групповой идеологии, объясняющей и оправдывающей поведение группы) и идентифицирующая (создание и сохранение положительного группового «Мы-образа») функции. То есть стереотипы защищают не только ценности индивида, но и групповую идентичность<sup>1</sup>.

### **2.3 Феномен манипуляции**

В первой главе давалось определение манипуляции, где основными характеристиками выделены скрытость воздействия и навязывание целей манипулятора адресату. Е.Доценко в своем исследовании «Психология манипуляции» выделяет семь признаков данного явления:

«1) родовой признак – психологическое воздействие, 2) отношение манипулятора к другому как средству достижения собственных целей, 3) стремление получить односторонний выигрыш, 4) скрытый характер воздействия (как факта воздействия, так и его направленность), 5) использование (психологической) силы, игра на слабостях, 6) побуждение, мотивационное привнесение и 7) мастерство и сноровка в осуществлении манипулятивных действий»<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Политическая энциклопедия. М., 1999. С.469.

<sup>2</sup> Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. Спб., 2003. С.51.

«Манипуляция возникает на том этапе, когда открыто переиграть соперника уже не удастся, а полностью подавить еще нет возможности», - считает Е.Доценко<sup>1</sup>.

Важно также, что не всякое воздействие можно считать манипуляцией, «а лишь такое, когда мы не просто присоединяемся к чьему-либо личному желанию, а навязываем ему новые цели, которые предположительно им не преследовались»<sup>2</sup>. В этой связи простой обман не будет манипуляцией, поскольку манипулятор только дает ложную информацию, которая не влияет на психические структуры человека.

По мнению исследователя, базовый признак манипуляции – наличие двойного воздействия, когда «наряду с произносимым вслух высказыванием отправитель воздействия имеет вполне конкретные ожидания относительно действий партнера, но по каким-либо соображениям не намерен выдавать их»<sup>3</sup>. По этому же механизму действует вежливость, которая может быть использована, в том числе, в манипулятивных целях.

На основании выделенных характеристик Е.Доценко определяет манипуляцию как «вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями»<sup>4</sup>. Причем у жертвы манипуляции сохраняется иллюзия самостоятельности и добровольности решений и действий.

Как видно, манипуляция опирается на психологические эффекты, и стремится превратить человека в послушное орудия достижения целей манипулятора. Для этого манипулятор выбирает мишени воздействия и соответствующую технику воздействия для «запуска» психических механизмов жертвы. Таким образом, «технология – внешние по отношению к

---

<sup>1</sup> Доценко Е.Л. Указ. соч. С.72.

<sup>2</sup> Там же. С.49.

<sup>3</sup> Там же. С.98.

<sup>4</sup> Там же.

адресанту действия, механизм – внутренний психический процесс, запускаемый этими действиями»<sup>1</sup>.

Например, создание имиджа человеку или группе – это внешняя технология, а стереотип, который формируется в соответствии с разработанным имиджем, – это внутренний механизм. В этой связи представляется ценным следующий вывод Е.Доценко: «Важны не сами стереотипы общественного сознания, а их способность стать средствами побуждения, сдерживания или направления энергии масс»<sup>2</sup>. То есть манипуляция сознанием, создание имиджа и формирование стереотипа – не самоцель. В конечном итоге «цель манипулятора – преобразование энергии манипулятивного воздействия в энергию желания адресата и его готовность действовать»<sup>3</sup>. Можно говорить, что следом за стереотипом формируется установка, а подпитка этих структур осуществляется за счет «поддерживающих» манипуляций и вплетения стереотипа в мифологическую картину действительности. Манипулятор ждет от жертвы действия - совершенного или потенциального, готового реализоваться при необходимых обстоятельствах.

Действия манипулятора можно сравнить с действиями программиста, который сначала определяет цель программы, выбирает язык программирования для ее написания (подходящий под конкретную операционную систему), разрабатывает алгоритм программы и создает ее код. После этого программу можно установить на любой компьютер («мишень»), способный ее воспринять, и запустить в нужный момент или сделать так, чтобы в определенной ситуации она запускалась сама.

К слову, по той же технологии создаются компьютерные вирусы, которые также являются написанными кем-то программами, только вредоносного свойства.

---

<sup>1</sup> Доценко Е.Л. Указ. соч. С.129.

<sup>2</sup> Там же. С.50.

<sup>3</sup> Там же. С.150.

## 2.4 Манипулятивные технологии\*

Аналогия манипулятора с программистом довольно верно передает суть манипулятивного воздействия. Е. Доценко, например, предлагает обобщенную модель этапов реализации психологической манипуляции, строящуюся по схеме:

1. Определение вектора воздействия исходя из подзадач;
2. Подбор вида силы (оружия воздействия) для оказания давления;
3. Поиск мотива, через который можно проникнуть в психическую сферу;
4. Постепенное наращивание давления по различным направлениям (плотность, тотальность, постоянство, интенсивность)<sup>1</sup>.

### *Основные составляющие манипулятивного воздействия*

Помимо последовательности действий, нужно иметь представление и об основных составляющих манипуляции: это информация и ее подача (в аналогии с «программой» - «код программы» и способ ее «установки»), это психические мишени воздействия («компьютер» и его операционная система, куда устанавливается программа). А также механизмы, дающие доступ к психическим структурам и выступающие одновременно носителями этого воздействия – психические автоматизмы и мотивы (по аналогии с «программой» – «компоненты компьютера», обеспечивающие его работу, и в то же время, обеспечивающие работу «программы»).

Итак, для передачи сообщения манипулятору нужен язык, который бы был понятен аудитории, и посредством которого можно передать информацию. Но манипулятору недостаточно просто передать информацию – нужно осуществить воздействие через нее. Поэтому в манипулятивных целях используется целенаправленное преобразование информации. Е. Доценко выделяет четыре разновидности манипуляций с информацией:

<sup>0</sup> Греческое «техно» означает мастерство, искусство

<sup>1</sup> Доценко Е.Л. Указ. соч. С.152.



-Искажение – от откровенной лжи до частичной деформации - посредством него можно создавать стереотипы и имиджи – то есть необходимое для манипулятора видение объектов;

-Утаивание проявляется в сокрытии, дозировании, избирательной подаче или частичном освещении тем;

-Способ подачи реализует манипулятивный подход к информации особой компоновке тем или в «перегрузке» информацией;

-Момент подачи также влияет на восприятие. Известно, если спорный вопрос оставить напоследок обсуждения, то он воспримется менее критично. Влияет настрой человека, степень усталости, время суток, сыт он или голоден и так далее<sup>1</sup>.

#### *Мишени манипулятивного воздействия*

Второй необходимы манипулятору компонент – мишень воздействия. Под мишенями психологического воздействия понимаются «те психические структуры, на которые оказывается влияние со стороны инициатора воздействия и которые изменяются в направлении, соответствующем цели воздействия»<sup>2</sup>. Таким образом, мишенью манипулятивного воздействия может стать любая психическая структура человека, которая приоткрывает манипулятору доступ к внутреннему миру жертвы.

Воздействие, как правило, строится в расчете на низменные влечения человека или его агрессивные устремления – упор на массовые человеческие характеристики. Естественно, что «чем шире аудитория, на которую требуется оказать воздействие, тем универсальнее должны быть используемые мишени»<sup>3</sup>. Более сложные манипуляции предполагают предварительное изготовление мнений и желаний, закрепление их в сознании, чтобы потом к ним можно было адресоваться. Своеобразная «бомба замедленного действия», которую можно активировать в любой

---

<sup>1</sup> Доценко Е.Л. Указ. соч. С.96-97.

<sup>2</sup> Там же. С.107.

<sup>3</sup> Там же. С.101.

нужный момент. Или, возвращаясь к прежней аналогии, программа, готовая быть запущенной при определенном стечении обстоятельств. В случае с социальным стереотипом «олигарх», – это тот самый вариант, когда мишень вначале создается, чтобы затем была возможность воздействовать на нее.

### *Выбор мишеней манипулятивного воздействия*

Выделение и классификация мишеней – дело довольно сложное. Доценко предлагает четыре группы мишеней, воздействие на которые производится соответствующими техниками: побудители активности, регуляторы активности, когнитивные (информационные) структуры, операциональный состав деятельности<sup>1</sup>. Чаще всего, манипулятор использует техники, охватывающие несколько или даже все эти мишени, что дает гарантированный эффект воздействия.

Как уже отмечалось, для большей эффективности манипулятор часто сам создает и внедряет мишени, поражение которых вызывает необходимый манипулятору эффект. В этом случае классификация выглядит так:

1. изготовление побудителей активности с целью спровоцировать, направить, сподвигнуть. Создание актуального желания и его осуществления – задается нужное манипулятору направление, в котором осуществляются действия жертвы. На этом уровне формируются мотивы, которые обеспечивают человеческую деятельность.

2. формирование регуляторов активности с целью настроить, внушить некоторые представления, регулирующие поведение человека, дабы сделать его управляемым. Сюда можно отнести уровень установки.

3. создание когнитивных (познавательных) структур: обучить, известить, проинформировать – сформировать познавательный инструментарий человека, с помощью которого он будет оценивать события и соответственно действовать во внешнем мире. К этому направлению действий относится и формирование социальных стереотипов.

---

<sup>1</sup> Доценко Е.Л. Указ. соч. С.107-108.

4. Формирование операционального состава деятельности - стиля поведения, привычки, навыка – обучить, вытренировать, выдрессировать, отработать.

5. приведение в определенное психическое состояние: усталость, нетерпеливость, нерешительность, нескритичность, эйфория и т.п.<sup>1</sup>

Конечно, данная классификация – не единственная. Например, С. Кара-Мурза предлагает выделять в качестве мишеней воображение, память, внимание, чувства.<sup>2</sup> Однако такой подход не совсем соответствует принятой в данной работе терминологии и системе описания.

Итак, манипуляция – многоуровневое явление, опирающееся на несколько «ярусов» мишеней и сочетания механизмов, которые определяются в соответствии с подзадачами манипулятивного воздействия. Большинство механизмов взаимодействуют между собой, усиливая или ослабляя эффективность манипуляции. При этом один и тот же эффект может быть достигнут разными механизмами.

### *Механизмы манипулятивного воздействия*

Теперь необходимо рассмотреть механизмы, которые реализуют манипулятивное воздействие и объясняют «каким образом энергия желания манипулятора превращается в энергию желания адресанта, а, в конечном счете, и в ожидаемую манипулятором активность»<sup>3</sup>.

Психические механизмы – это «целостный набор психических состояний и процессов, реализующий движение к некоторому результату в соответствии со стандартами или частой встречающейся последовательностью»<sup>4</sup>. Это система связанных психических действий, осуществление которых приводит к некоему результату. Поэтому условно можно говорить о схеме психических действий.

---

<sup>1</sup> Доценко Е.Л. Указ. соч. С.109.

<sup>2</sup> Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. М., 2002. С.180-204.

<sup>3</sup> Доценко Е.Л. Указ. соч. С.128.

<sup>4</sup> Там же.

### *Психические автоматизмы*

Реакцию адресата активизирует и стимулирует психический автоматизм – «такое структурно-динамическое образование, актуализация которого с высокой вероятностью приводит к стандартному результату, будь то мотивационное напряжение или какое-то действие. Психические автоматизмы выступают в роли передаточных рычагов, благодаря которым энергия желания (воздействия) манипулятора превращается в энергию стремления (или действия) адресата»<sup>1</sup>.

Подтверждает наличие механизмов психических автоматизмов, например, психологическое течение бихевиоризма, которое изучает зависимости «стимул – реакция» (St-R)<sup>2</sup>.

Психические автоматизмы сопоставимы с феноменом установки. Можно даже сказать, что автоматизм – это установка в действии. А значит, психический автоматизм связан и с социальным стереотипом, поскольку стереотип способен формировать установки и влиять на них. Можно говорить, что системы автоматизмов и стереотипов взаимосвязаны, поскольку находятся в одной плоскости когнитивных структур психики и имеют схожие характеристики (стандартизованность, некритичность). Из этого следует, что психический автоматизм открывает доступ к социальному стереотипу и наоборот. Поэтому роль социального стереотипа как психического механизма – быть «приводным ремнем», преобразующим желание манипулятора в действие адресата.

Важно, что «понятие психических автоматизмов позволяет обозначить наличие свернутых схем быстрого перехода к действию в ответ на влияние извне»<sup>3</sup>. Имея такие схемы, несложно получить доступ к социальным стереотипам индивида и механизмам их формирования (поддержания, изменения).

---

<sup>1</sup> Доценко Е.Л. Указ. соч. С.131.

<sup>2</sup> Там же. С.132.

<sup>3</sup> Там же. С.133.

### *Мотивационное обеспечение*

Для работы любой психической структуры необходима мотивационная поддержка, «внутренняя разрешающая санкция». Всякое, не только манипулятивное, воздействие «в числе мишеней имеет и мотивирующие структуры»<sup>1</sup>.

Мотивирование в манипулятивном воздействии решает задачу использования «местных энергетических ресурсов» путем подключения их к необходимому автоматизму. Суть механизмов манипулятивного воздействия – подобрать автоматизмы и мастерски «склеить» их посредством мотивов<sup>2</sup>.

Е.Доценко выделяет три способа управления мотивационными предпочтениями:

1. Прямая актуализация мотивов. Актуализировать можно лишь то, что уже находится во внутреннем мире адресата. Известный психолог С. Гроф считал, что в бессознательном человека содержатся матрицы практически любых состояний и динамических тенденций. Они различаются возможностью доступа к себе и разной готовностью к актуализации. Значит, в человеке есть все необходимые манипулятору состояния, - надо только суметь получить к ним доступ. Получен доступ и актуализировано устремление – разбуженная энергия начинает действовать безо всякой внешней поддержки<sup>3</sup>.

2. Обусловливание – перенесение побудительной силы какого-нибудь мотива на действия, к которым раньше этот мотив не побуждал. Данный механизм лежит в основе дрессировки животных.

3. Мотивационное опосредование – аналогичное обусловливанию мотивационное переключение. Многообразие возможных для человеческой психики с ее знаковым аппаратом переключений позволяет связать все со всем, сколь бы слабыми или надуманными ни казались основания для такой связи<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Доценко Е.Л. Указ. соч. С.134.

<sup>2</sup> Там же. С.137.

<sup>3</sup> Там же. С.135.

<sup>4</sup> Доценко Е.Л. Указ. соч. С.134-137.

Таким образом, имея все компоненты манипулятивного воздействия, и зная этапы его осуществления, можно предложить следующую объяснительную модель технологических этапов манипулятивного воздействия (с точки зрения воздействия на индивида):

1. Подготовка воздействия: выбор (создание) мишеней и информационное оформление манипуляции, формулирование идеологем, создание сообщения;

2. Получение канала быстрого, некритичного доступа (с прогнозируемыми реакциями) к внутреннему миру адресата для энергии воздействия манипулятора. Такой доступ предоставляют психические автоматизмы;

3. Передача сообщения – осуществление манипулятивного воздействия, «поражение» мишеней, которое активирует необходимые манипулятору психические механизмы адресата. На этом этапе актуализируется механизм социального стереотипа;

4. Подключение «питания» - подпитка и обеспечение энергией этих процессов. На данном этапе в полной мере приводятся в действие мотивы адресата;

5. Присвоение – адресат отождествляет свою активность, навязанную ему манипулятором, со своим внутренним миром, со своим «Я». То есть принимает «чужое» за «свое»<sup>1</sup>.

Такая объяснительная модель в самом общем виде довольно точно отражает технологию и механизмы манипуляции.

В связи с представлением о манипуляции, нужно рассмотреть социальный стереотип в контексте этого феномена.

## **2.5. Социальный стереотип в технологиях манипуляции**

Термин «стереотип» заимствован из полиграфии, и сравнение с типографским процессом - наглядное отображение технологии

---

<sup>1</sup> Там же, С.152-153.

распространения стереотипов в обществе: с помощью СМИ тиражируется некий созданный ранее шаблон.

По мнению исследователя А.Цуладзе, «стереотипы искажают реальность, что позволяет искусственно конструировать ложную «картину мира», создавая и внедряя в массовое сознание те или иные стереотипы»<sup>1</sup>.

Цуладзе считает, что внедрить новое сообщение можно несколькими путями:

1. Используя уже существующие стереотипы путем их усиления
2. Незначительно скорректировав существующие стереотипы путем смещения акцентов в сообщении.
3. Заменяя существующие стереотипы другими. Замещающие стереотипы должны быть более эмоционально окрашенными, жесткими, побуждающими к активным действиям<sup>2</sup>.

Замещение старых стереотипов происходит за счет их разрушения новыми в ходе «войны стереотипов». Но при этом сама привычка мыслить стереотипами остается у людей неизменной. «Через призму стереотипа человек смотрит на окружающую его действительность. При этом стереотип отторгает любую поступающую извне информацию, которая не укладывается в заданные им рамки. Даже личный опыт индивида пасует перед силой стереотипа»<sup>3</sup>.

Стереотипы формируются стихийно или искусственно. Стихийные стереотипы возникают в отсутствие целенаправленного воздействия, у них нет конкретных авторов. Они помогают упростить реальность и приспособить ее к повседневным нуждам; могут передаваться без существенных изменений из поколения в поколение. Яркий пример – стереотипы, закрепленные за нациями и народами (французы – легкомысленные, галантные, англичане – чопорные, сдержанные, лицемерные, немцы – педантичные, расчетливые и т.п. Искусственные

---

<sup>1</sup> Цуладзе А. Политическая мифология. М., 2003. С.44

<sup>2</sup> Там же. С.45.

<sup>3</sup> Цуладзе А. Указ. соч. С.45-46.

стереотипы – создаются целенаправленно и тиражируются с помощью СМИ. Создатели стереотипов рассчитывают получить какую-нибудь выгоду в ближайшей или отдаленной перспективе. В этом случае нужно говорить о манипуляции<sup>1</sup>.

Исследователь Г. Мельник приводит пример, когда в пропагандистских целях формируют стереотипы, применяя эффект «смысловых ножниц»: в сообщении употребляется имя, но не указывается смысл. «Реципиент сам дает ему эмоциональную окраску. Здесь используются социолингвистические приемы. При квалификации действий противника используются выражения: “банды наемников”, “боевики”, “экстремисты”, “мятежники”, “насилие”...»<sup>2</sup>. Неприятель, таким образом, предстает в негативном свете, ассоциируется с представлением о «незаконности». Если наложить на эту схему понятие «олигарх», несложно заметить сходство манипулятивных стратегий. Вкупе с приемом «навешивания ярлыков», эффект «смысловых ножниц» представляет собой довольно грозное оружие.

### **Выводы главы.**

Работы У. Липпмана заложили основу для исследования феномена социального стереотипа. Липпман также выявил взаимосвязи между социальными стереотипами, процессами массовизации, возможностями манипулирования людьми и кризисом демократии. Исследователь обнаружил единые законы при управлении большими организациями: тенденция сосредоточения всей полноты власти и тотального контроля в руках руководства организацией.

У.Липпман также сформулировал признаки новых социально-психологических реалий: в условиях ограниченного опыта человека, усложнение современной жизни и информации не дает индивиду возможности держать в поле зрения и воспринимать все изменения окружающего мира. На первый план выходит стереотипное мышление,

---

<sup>1</sup> Там же. С.47.

<sup>2</sup> Мельник Г.С. Указ. соч. С.97.



которое несовместимо с идеалом компетентного и суверенного гражданина. СМИ не в состоянии осветить все проблемы, поэтому общественное мнение представляет собой лишь упорядоченную и морализованную версию фактов, основанных на искаженных представлениях и стереотипах. Вместо граждан формируются публика, которой не сложно манипулировать, зная некоторые психологические особенности человека. На знании этих особенностей выстраиваются манипулятивные стратегии.

Современные представления о социальных стереотипах исходят из того, что этот феномен есть разделяемый некоторой группой людей способ маркировки «своих» и «чужих». Функция стереотипа – построение в условиях кажущегося хаоса упорядоченной и предсказуемой картины мира, где каждому определено свое место и роль. Социальные стереотипы активно используются при реализации манипулятивных стратегий.

Манипулятивная стратегия имеет несколько уровней и этапов, служащих единой цели – скрытому навязыванию воли манипулятора адресату. Основные составляющие манипулятивного воздействия: информация (посредством которой передается воздействие), мишени воздействия (психические структуры, поражение которых приводит к их изменениям в нужном манипулятору направлении) и психические механизмы (психические состояния и процессы, реализующие движение к ожидаемому манипулятором результату).

Идеологема – информационная составляющая манипулятивного воздействия, которая выступает в роли инструмента манипуляции. Социальный стереотип, в контексте манипулятивных стратегий, выступает одновременно в роли мишени манипуляций (объект) и в качестве механизма манипуляций (субъект). С одной стороны, на него воздействуют, его умышленно формируют, чтобы получить контроль над некоторыми сферами внутреннего мира человека; а с другой стороны – стремятся задействовать социальный стереотип, чтобы с его помощью реализовывать необходимую манипулятору активность.

Основной вывод главы - социальные стереотипы используются в технологиях манипулирования при реализации манипулятивных стратегий.

## Глава 3 Идеологема «олигарх».

**Задача главы** – рассмотреть термин «олигарх» в нынешнем употреблении; выявить и описать факты практического использования идеологема «олигарх»; рассмотреть слово «олигарх» на материале радиозэфиров «Эха Москвы».

### 3.1. Определение слова «олигарх».

Говоря «олигарх», подразумевается соотнесение названного так человека с некоторой группой олигархов, представляющих олигархию. Слово «олигархия» (греч. Oligos – маленький, Arce – власть) буквально означает «власть немногих»<sup>1</sup>. Термин ввел Аристотель в работе «Политика». В его понимании «олигархия» – «такой строй, при котором власть находится в руках людей богатых и благородного происхождения и образующих меньшинство»<sup>2</sup>. Смысл слова изменялся, что видно даже из сопоставления определений словарей.

Пользуясь процедурой сопоставления различных определений «олигархии» словарей разных стран и политических систем, можно выявить существенные различия в смысловом наполнении.

Современный Большой российский энциклопедический словарь определяет олигархию как «режим, при котором политическая власть принадлежит узкой группе лиц (богачей, военных и т.п.)»<sup>3</sup>. В советское время, «Словарь современного русского литературного языка» определял олигархию как «политическое и экономическое господство небольшой кучки эксплуататоров или богачей; группа эксплуататоров-аристократов или богачей; группа эксплуататоров, правящих таким образом». А олигарх - это

<sup>1</sup> [http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl\\_find.cgi?ph=%EE%EB%E8%E3%E0%F0%F5%E8%FF&action.x=19&action.y=4](http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl_find.cgi?ph=%EE%EB%E8%E3%E0%F0%F5%E8%FF&action.x=19&action.y=4)

<sup>2</sup> Аристотель. Политика // Аристотель. Сочинения: В 4 т. М., 1983. Т.4. С.491.

<sup>3</sup> Большой российский энциклопедический словарь. М.: Большая российская энциклопедия, 2003. С.1090-91.

либо «член олигархического правительства», либо «лицо, принадлежащее к правящей группе эксплуататорского меньшинства»<sup>1</sup>.

Последняя редакция энциклопедии «Британика» (Britanica), доступная в интернете, определяет олигархию как «government by the few; especially despotic power exercised by a small and privileged group for corrupt or selfish purposes»<sup>2</sup> [*«правление немногих; главным образом, деспотичная власть, осуществляемая немногочисленной и привилегированной группой в коррупционных или корыстных целях»*]. Напротив, международная версия (International edition) энциклопедии «Американа» (Americana) времен холодной войны ограничивается определением «Oligarchy, a form of government in which the supreme power is vested in a small class of persons»<sup>3</sup> [*«Олигархия, форма правления, при которой высшей властью наделен малый класс людей»*].

Определение «олигархии» может не иметь эмоциональной окраски – «форма правления, при которой политическое и экономическое господство осуществляется небольшой группой лиц»<sup>4</sup>. Или быть персонифицировано – «эвфемизм более подходящего плутократы. Термин, вошедший в российский речевой обиход в последние годы, обозначает финансово-промышленных китов современной России: гг. Березовского, Виноградова, Гусинского, Потанина, Смоленского, Фридмана, Ходорковского, А.Быкова»<sup>5</sup>.

Сопоставив несколько определений, можно увидеть, что термин «олигарх» имеет разные значения, а смысловое наполнение термина подчинено идеологическим моделям. Не делая далеко идущих выводов из соотнесения всего лишь нескольких определений, однако, можно предположить, что термин «олигарх» используется как идеологема. Термин может быть применен разными группами (обществами, системами) в

---

<sup>1</sup> Словарь современного русского литературного языка. М.-Л., 1979. Т.8. С.843.

<sup>2</sup> <http://www.britannica.com/eb/article?eu=58440>; см. также: The New Encyclopedia Britanica. 1993. Vol.8. p.915.

<sup>3</sup> The Encyclopedia Americana (International edition). 1969. Vol.20. P.711.

<sup>4</sup> [http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl\\_find.cgi?ph=%EE%EB%E8%E3%E0%F0%F5%E8%FF&action.x=31&action.y=11](http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl_find.cgi?ph=%EE%EB%E8%E3%E0%F0%F5%E8%FF&action.x=31&action.y=11)

<sup>5</sup> Гусейнов Г.Ч. Д.С.П.: Материалы к Русскому Словарю общественно-политического языка конца XX века. М., 2003. С.358.

идеологических, пропагандистских целях, и выступать в роли инструмента манипулирования общественным сознанием, задавая вектор оценки и формируя картину мира индивидов.

### **3.2. Олигархия как социально-политическое явление.**

Одну из расширенных трактовок понятия «олигархия» дает известный социолог Ж.Тоценко. «Олигархия (гр. oligarchia, от oligoi – немногочисленный и arkhein – командовать) – понятие, означающее:

- 1) политическая власть принадлежит обособленной группе, преследующей корпоративные цели и использующей для реализации их государственные механизмы управления;
- 2) безраздельное господство сложившейся группы лиц для достижения целей некоторых сферах жизни общества (финансовая, политическая олигархия)
- 3) символ власти корыстной группы лиц, в античности обозначаемой термином “тимократия”»<sup>1</sup>.

Итак, олигархи – это группа. Главная характеристика, определяющая ее олигархичность - это «связь членов группы круговой порукой, ее замкнутость и авторитарные отношения с обществом»<sup>2</sup>. Таким образом, «корпоративность», «безраздельное господство» и «корысть» определяют сегодняшнее наполнение термина «олигархия».

По Аристотелю, олигархия – испорченная форма аристократии, форма правления немногих в собственных интересах. Олигархия противопоставлялась также демократии - правлению многих. В политической истории новейшего времени отпало противопоставление олигархии аристократии, но сохранилась ее оппозиция к демократии<sup>3</sup>.

Ныне понятие «олигархия» рассматривается шире, нежели во времена Аристотеля – не только по отношению к власти и богатству, но и в отношении менее масштабных категорий. «Олигархии возможны в любой

<sup>1</sup> Политическая энциклопедия. М., 1999. Т.2. С.78.

<sup>2</sup> Там же. С.78.

<sup>3</sup> Политика: Толковый словарь М., 2001. С.395-396.

сфере коллективной и массовой деятельности и на любом ее уровне. Существуют ее политические, военные, экономические, финансовые, партийные виды, олигархия в науке, производстве, администрации и т.д.»<sup>1</sup>, - считает Тощенко.

Слова Тощенко отражают точку зрения теоретика-элитариста XX века Р.Михельса, который в 1911 году в книге «Политические партии» сформулировал «железный закон олигархии» (Iron law of oligarchy).

«Тот, кто говорит организация, говорит олигархия» - таков основной вывод Михельса. Он выявил тенденцию политических организаций становиться олигархическими, несмотря на то, что они могут стремиться ко внутренней демократии. Превращению политической организации и ее членов в олигархическую структуру способствуют три группы факторов:

1. «технические» - необходимо поддерживать эффективную организационно-управленческую структуру, которая со временем вырабатывает внутренние законы и начинает отстаивать свои интересы;
2. «психологические характеристики лидеров» - наличие харизматичных и талантливых руководителей, разделяющих интересы более широкой политической элиты и таким образом склонных оставаться у власти любой ценой;
3. «психологические характеристики масс» - апатичность рядовых членов политических организаций, желание быть руководимыми, легкая поддаваемость красноречию и благоговению перед руководством<sup>2</sup>.

Когда какая-либо организация для управления выделяет активное меньшинство, оно неизбежно концентрирует власть и ресурсы организации в своих руках. «Стоит лидерам занять высокую позицию, как они начинают выходить из-под контроля со стороны рядовых членов организации и заменять их цели своими собственными... Поскольку лидеры контролируют

---

<sup>1</sup> Политическая энциклопедия. М., 1999. Т.2. С.78.

<sup>2</sup> Большой толковый социологический словарь (Collins). М., 1999. Т.1. С.207-208.

каналы коммуникации, они вместе с тем манипулируют и потоком информации, укрепляя свое положение»<sup>1</sup>.

Рассуждения Михельса находятся в тесной связи с мыслями создателей теории элит - Г.Моска и В.Парето. В прошлом веке ими предпринята попытка устранить негативную оценку олигархии. Из того, что правит всегда меньшинство, они сделали вывод об олигархичности всякого коллективного правления, включая демократическое. Для последнего Р.Михельс даже предложил термин «технодемократия». Этот термин не прижился, и негативная коннотация слова «олигархия» сохранилась<sup>2</sup>.

### **3.3. Отечественная наука о российской «олигархии»**

Олигархические тенденции характерны практически для всех современных государств, хотя и отличаются друг от друга по степени влияния, по обладанию реальной властью. Ж. Тоценко считает, что политическая, финансовая и другие виды олигархии появились с середины 90-х гг. и в постсоветской России. Основными характеристиками олигархии по мнению Тоценко являются: «политическое и экономическое господство небольшой группы (социального слоя), проявление корпоративности в самой высокой степени, прямое или косвенное воспрепятствование выборам властных органов и замена их назначениями (в крайнем случае выборы проходят в рамках самой группы), формирование этой социальной группой монопольных прав и полномочий, спонсирование, приватизация, скупка (обычно финансовой группой) государственного аппарата. Структура олигархического правления нередко предполагает наличие политической партии, которая реализует политические устремления и амбиции данной социальной группы»<sup>3</sup>.

Политолог Л. Ионин считает, что власть олигархов временна, ситуационна, поскольку не признанна обществом и не выражена в

<sup>1</sup> Социологический словарь. <http://www.i-u.ru/biblio/dict.aspx#find>

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Политическая энциклопедия. М., 1999. Т.2. С.78-79.

стабильных социальных структурах. За российскими «олигархами» признаются средства реализации власти и собственной воли, но преимуществу экономические<sup>1</sup>.

Как отмечает Л. Ионин, «немножко олигархии есть везде и всегда»<sup>2</sup> - за счет лоббистской деятельности, сговоров или сращения бизнеса и бюрократии.

Говоря об «олигархах», Л. Ионин использует понятие «элита», которое сегодня довольно размыто и неопределенно. Исследователь считает, что «в современном политологическом смысле элита – это совокупность индивидов, высоко стоящих в рейтингах власти или престижа, которые благодаря своим социально значимым качествам (происхождения, богатств, какого-либо рода достижения), занимают высшие позиции в разных сферах или секторах общественной жизни»<sup>3</sup>. Выделяя в классификации элитных групп три основных категории (властные, ценностные и функциональные элиты), Ионин относит «олигархов» к функциональной элите<sup>4</sup>.

С такой позицией не согласна социолог О. Крыштановская, которая полагает, что «эта часть элиты не выполняет никакой специфической функции: олигархи не управляют экономикой, не принимают законов»<sup>5</sup>.

О. Крыштановская считает олигархию частью новой правящей элиты, «вышедшей из недр старого политического класса - номенклатуры»<sup>6</sup>. Говорить о проявлении олигархии в России, по мнению исследователя, можно после проведения залоговых аукционов в 1995-1996 гг. На этом этапе стало сложно различать чиновников, курирующих бизнес, и бизнесменов, вхожих во власть. У этих двух групп были не только общие интересы, но и общее номенклатурное прошлое.

---

<sup>1</sup> Ионин. Л.Г. Олигархи: в кавычках и без кавычек // Паппэ Я.Ш. «Олигархи»: Экономическая хроника, 1992-2000. М., 2000. С.6-7.

<sup>2</sup> Ионин Л.Г. Указ. соч. С.14.

<sup>3</sup> Ионин Л.Г. Указ. соч. С.8.

<sup>4</sup> Там же. С.9.

<sup>5</sup> Крыштановская О.В. Бизнес-элита и олигархи: итоги десятилетия. декабрь 2002.

[http://www.hse.ru/journals/wrldross/vol02\\_4/kryshtanovskaya.pdf](http://www.hse.ru/journals/wrldross/vol02_4/kryshtanovskaya.pdf)

<sup>6</sup> Там же.



Реальным доказательством существования олигархии в России 90-х гг., О. Крыштановская считает «избрание в региональные органы законодательной власти представителей финансово-промышленной элиты», - этот процесс шел в 1995-1997 гг., - что «свидетельствует о слиянии финансово-промышленного капитала и власти». К моменту кризиса 1998 года, «в стране сложилась действительная олигархия»<sup>1</sup>.

Однако социолог особо оговаривает, что до лета 1998 года «олигархи были совсем небольшой персонифицированной и достаточно сплоченной группой, которая выражала интересы не столько предпринимательского класса в целом, сколько свои узкогрупповые интересы... Строго говоря, идея всемогущества олигархов была мифом общественного сознания, который раздували средства массовой информации. На самом деле их влияние на политику было ограниченным. Это была лишь пена, за которой скрывался реальный процесс наступления не олигархов, а набиравшего силу класса предпринимателей»<sup>2</sup>.

С приходом к власти В.В. Путина, можно говорить о начале нового этапа: «был объявлен принцип "равного удаления" бизнеса от политики, что, по сути, означало удаление "старых" олигархов ельцинской эпохи и приближение "новых", своих... Новые олигархи стараются не эпатировать публику, они не бахвалятся своим богатством, а пытаются выстраивать прочные и неброские отношения с истеблишментом на всех уровнях, все чаще действуя через своих представителей... Лояльность стала новым девизом олигархии. Не вершить судьбы политиков, а помогать власти - такая роль теперь отведена крупному бизнесу. Олигархия во многом деперсонифицировалась»<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Крыштановская О.В. Бизнес-элита и олигархи: итоги десятилетия. декабрь 2002.  
[http://www.hse.ru/journals/wrldross/vol02\\_4/kryshtanovskaya.pdf](http://www.hse.ru/journals/wrldross/vol02_4/kryshtanovskaya.pdf)

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Там же.

### 3.4. Российские исследователи о термине «олигарх».

Относительно термина «олигарх», политолог Л. Ионин отмечает, что многие воспринимают слово «как оценочное, глубоко негативное, чуть ли не как ругательство. Иногда это слово определяется почти как синоним слова «преступник», «казнокрад» или что-нибудь еще в этом роде»<sup>1</sup>. Исследователь не согласен с такой позицией, и считает, что «олигархи», вопреки расхожему мнению, не криминальное, а политическое явление, даже если в деятельности многих из них и есть криминальные элементы. Явление «олигархов» в России – «явление переходного времени, момента формирования системы представительства интересов и, соответственно, системы власти, наиболее соответствующих традициям и особенностям нашей страны»<sup>2</sup>.

С позицией по вопросу традиций и особенностей страны, согласен экономист Я. Паппэ: «СССР был, как известно, страной крупных и сверхкрупных заводов. В процессе рыночной трансформации крупный советский завод мог либо развалиться, либо стать основой для крупной фирмы»<sup>3</sup>. Во главе фирмы находится человек или группа людей, «хозяева» предприятия. Масштаб собственности, находящийся в их управлении, естественно, вызывает повышенное внимание и интерес как со стороны государства и общества, так и со стороны конкурирующих экономических агентов. Поэтому появление оценочных терминов, вроде «олигарх», вполне предсказуемо. В этой ситуации важно понимать, что в действительности можно назвать «олигархией», и где этот термин употребляется в идеологическом смысле с целью манипуляции массовым сознанием.

Для освобождения от идеологизированной терминологии, Я. Паппэ предлагает термин «интегрированная бизнес-группа» (ИБГ). Под «группой» понимается совокупность предприятий или юридических лиц, которые в соответствии со сложившимися между ними связями регулярно выступают как единое целое по некоторым важным аспектам. При этом автор отвергает

---

<sup>1</sup> Ионин Л.Г. Указ. соч. С.14.

<sup>2</sup> Ионин Л.Г. Указ. соч. С.14.

<sup>3</sup> Паппэ Я.Ш. «Олигархи»: Экономическая хроника, 1992 – 2000. М., 2000. С.15.

понятие «финансово-промышленной группы» (ФПГ) так как оно противоречиво и мало соответствует реалиям<sup>1</sup>.

Я. Паппэ считает, что термин «олигарх» употребляется некорректно: «Никакой экономической олигархии в России не было и нет. Олигархия – это по определению, небольшая группа влиятельных лиц, связанных общими долгосрочными интересами, способная диктовать свою волю государству и обществу. Между тем все эмпирически наблюдавшиеся до сих пор коалиции крупных российских компаний или отдельных бизнесменов были локальными, ситуативными и краткосрочными. Они кооперировались по одному политическому или экономическому поводу и одновременно остро конфликтовали по другим поводам»<sup>2</sup>. К тому же, как отмечает автор, не было ситуации, когда бизнес выиграл бы у власти.

Однако Паппэ разделяет позицию другого исследователя крупного бизнеса политолога А.Зудина, который считает, что «олигархи без олигархии» в России все же существуют. На момент написания книги, экономист Паппэ считал, что «олигархи» были и есть: они способны вести административный торг с государством и добиваться для себя необоснованных эксклюзивных преимуществ<sup>3</sup>.

Итак, нужно отметить, что слово «олигарх» может употребляться в двух смыслах: как идеологема в манипулятивных целях, и как термин для научной трактовки реалий социально-политической сферы.

### **3.5. Актуализация термина «олигарх» в современных российских СМИ.**

Необходимо вкратце рассмотреть актуализацию термина «олигарх» в России в 90-х гг. XX века. Для этого можно обратиться к результатам исследований президента информационно-исследовательского центра «Панорама» Владимира Прибыловского и членов экспертной группы этого центра. На специализированном Интернет сайте<sup>4</sup> доступны материалы, цель

---

<sup>1</sup> Паппэ Я.Ш. Указ. соч. С.18-25.

<sup>2</sup> Там же. С.22.

<sup>3</sup> Там же.

<sup>4</sup> <http://www.cityline.ru/politika/index.html>

которых рассмотреть феномен крупного российского бизнеса, и, в том числе, его наименование – «олигархия».

В материале «Административная олигархия против олигархии финансовой»<sup>1</sup> Прибыловский обращается к истокам термина. Исследователь отмечает, что в начале XX века «теневую власть» называли «финансовой олигархией». По видимости, термин был впервые введен в оборот французским автором, выпустившим под псевдонимом Лизис (Lysis) несколько изданий своей брошюры «Против финансовой олигархии во Франции». Термин «финансовая олигархия» был затем усвоен австрийским экономистом Рудольфом Гильфердингом (книга «Финансовый капитал») и Владимиром Лениным («Империализм, как высшая стадия капитализма»)<sup>2</sup>. В трактовке современных словарей, финансовая олигархия (Financial oligarchy) – это «группа крупнейших монополистов, господствующая в экономической и политической жизни государства, в руках которой находится подавляющая часть национального богатства»<sup>3</sup>.

Прибыловский находит, что термин «олигархия» появился в постсоветской России в конце 1996 года вместе со статьей Александра Солженицына в «Общей газете». Солженицын писал тогда: «из ловких представителей все тех же бывших верхнего и среднего эшелонов коммунистической власти и из молниеносно обогатившихся мошенническими путями Скоробогатов, создалась устойчивая и замкнутая олигархия из 150-200 человек, управляющая судьбами страны»<sup>4</sup>. По свидетельству Прибыловского, вслед за Солженицыным, термин «олигархия» получает распространение благодаря Борису Немцову и ряду столичных журналистов. Поводом для актуализации термина и его вхождения в широкий оборот стало начало так называемой «эпохи информационных войн» и «слива» компромата.

---

<sup>1</sup> Прибыловский В. Административная олигархия против олигархии финансовой. июль 2003. <http://www.cityline.ru/politika/raznoe/olig-adm.html>

<sup>2</sup> Там же. <http://www.cityline.ru/politika/raznoe/olig-adm.html>

<sup>3</sup> [http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl\\_find.cgi?ph=%EE%EB%E8%E3%E0%F0%F5%E8%FF&action.x=31&action.y=11](http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl_find.cgi?ph=%EE%EB%E8%E3%E0%F0%F5%E8%FF&action.x=31&action.y=11)

<sup>4</sup> Солженицын А. К нынешнему состоянию России // Общая газета. 28.11.1996. №47. С.8.

Известный журналист, а ныне главный редактор российской версии американского журнала «Forbes» Павел Хлебников, считает, что «война компроматов», вытащившая на свет особенность российской политической системы и положившая начало кампаниям по взаимной дискредитации крупных предпринимателей, началась с конца 1996 года, после окончания президентской избирательной кампании<sup>1</sup>.

Подтверждение этой точке зрения можно найти в работе И. Засурского «Реконструкция России»<sup>2</sup>. Причину распространения манипулятивной терминологии, Засурский также видит в «эпохе информационных войн» и «сливов» компромата, когда вся мощь российских масс-медиа была задействована в противоборстве крупных финансовых групп. А начало этому процессу, по мнению И.Засурского, положила «битва» за контроль над приватизируемым в 1997 году холдингом «Связьинвест».

Возможность для начала активных информационных войн открыли выборы Президента 1996 года, когда благодаря средствам и медиа ресурсам финансовых групп Б.Ельцин был переизбран на второй срок. В связи с этим, две противоборствующие группы («Интеррос» В.Потанина и альянс Б.Березовского с «Мост-медиа» В.Гусинского) претендовали на крупнейший телекоммуникационный холдинг «Связьинвест». Поскольку победа Ельцина во многом была заслугой Березовского и Гусинского, они намеревались заполучить часть приватизируемой госсобственности, и ожидали, что «Связьинвест» достанется им за прежние заслуги перед властью. Однако команда «молодых реформаторов» (Немцов, Кох, Чубайс и др.), по мнению И. Засурского, нуждалась в средствах для выплат задолженностей по пенсиям и зарплате «бюджетникам». По этой версии, они отдавали предпочтение тому, кто заплатит больше на аукционе. В итоге, выиграл альянс В. Потанина (который после выборов-96 получил пост вице-преьера в российском Правительстве) и известного финансиста Дж. Сороса – 25 июля

---

<sup>1</sup> Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России. М., 2002. С.250-254.

<sup>2</sup> Засурский И.И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы. М., 2001. 288с.

1997 года они заплатили 2 млрд. долл., что было на 600 тыс. долл. больше, чем могли предложить Березовский и Гусинский. Обиженная результатами аукциона сторона нанесла мощный информационный удар по победителям и новому правительству, используя обкатанные на выборах медиа-технологии. Ответ не заставил себя ждать, и в ответной информационной кампании, в частности Б. Немцовым, был провозглашен лозунг «Хватит строить бандитский капитализм!». Немцов утверждал, что аукцион по «Связьинвесту» был первым честным, а вся волна недовольства его результатами вызвана желанием «олигархов» (подразумевались Березовский и Гусинский) отомстить<sup>1</sup>.

Таким образом, эпизод со «Связьинвестом» положил начало информационным кампаниям, где термин «олигарх» использовался в целях дискредитации оппонента. Термин «олигарх» вошел в широкий оборот и стал идеологемой, служащей инструментом манипулятивных стратегий.

По мнению Прибыловского, «в круглосуточное употребление» идеологема «олигарх» вошла 1 декабря 1997, «когда Б.Е.Немцов, после несостоявшегося провозглашения Б.Н.Ельциным на Нижегородской ярмарке курса на построение народного капитализма», противопоставляя «свой Народный капитализм Номенклатурно-бюрократическому капитализму Лужкова и Олигархическому капитализму Березовского»<sup>2</sup>.

А после объявленного Борисом Немцовым весной 1998 года «месячника борьбы с олигархическим капитализмом» в газетах развернулся спор о том, кто из журналистов первым произнес слово «олигархи», кто запустил в обиход термин «олигархи» в отношении руководителей крупнейших промышленно-финансовых групп. Назывались имена Александра Привалова из «Известий» и Андрея Фадына из «Общей газеты»<sup>3</sup>. Однако автором все же следует признать Б. Немцова, на что указывают большинство источников.

---

<sup>1</sup> Засурский И.И. Указ.соч. С.79-88.

<sup>2</sup> Прибыловский В. Административная олигархия против олигархии финансовой. июль 2003. <http://www.cityline.ru/politika/raznoe/olig-ist.html>

<sup>3</sup> Там же. <http://www.cityline.ru/politika/raznoe/olig-ist.html>

В интервью «Литературной газете» Б.Немцов утверждает: «Я ввел в обиход понятие “олигарх” и назвал фамилии Березовского, Гусинского, Смоленского, Ходорковского и других... В современном российском понимании это слово означает - крупный предприниматель, который разбогател не потому, что хорошо работает, а потому, что имеет неофициальные контакты с властью либо в форме ее злоупотреблений, либо еще в более криминальной»<sup>1</sup>. В эфире радиостанции «Эхо Москвы» от 12 мая 2001 года журналист Д. Киселев также отмечает авторство Немцова: «Борис Немцов известен тем, что вводит новые слова в российскую политику. Например, ему принадлежит авторство слова “олигарх”, которое сейчас гуляет по всем первым страницам изданий»<sup>2</sup>.

Итак, примерно с середины 1997 года Б.Немцов, в соответствии с «оборонительной» стратегией «молодых реформаторов», в ряде интервью и газетных материалов поднимал тему «олигархии» и «олигархов», закрепив ее в «орбите» общественного интереса и обсуждения. Таким образом, «”финансовую олигархию” Лизиса, Гильфердинга и Ленина Борис Немцов сократил до просто “олигархии”»<sup>3</sup>. Как метко выразился Прибыловский, «”олигархия” по Немцову - это жупел Ленина и невоплощенный идеал Березовского»<sup>4</sup>.

Прибыловский считает, что термин, введенный в журналистский и политологический оборот, использовался с этого времени некорректно. И эта «антиолигархическая» кампания была выгодна другой группе лиц: «номенклатурной (то есть настоящей) олигархии вообще пришлось весьма кстати то, что обидный ярлык переклеили с нее на ее младшего партнера по управленческому бизнесу»<sup>5</sup>.

Поэтому с точки зрения «классических» определений, по мнению Прибыловского, «Абрамович и Хлопонин - олигархи, но не потому, что

---

<sup>1</sup> Павлова А. Корзинку полная котят // Литературная газета 9.08.2000. N32-33 С.6

<sup>2</sup> Киселев, Д. Прямой эфир // «Эхо Москвы». 12.05.2001.

<sup>3</sup> Прибыловский В. Административная олигархия против олигархии финансовой. июль 2003.  
<http://www.cityline.ru/politika/raznoe/olig-adm.html>

<sup>4</sup> Там же. <http://www.cityline.ru/politika/raznoe/olig-adm.html>

<sup>5</sup> Там же. <http://www.cityline.ru/politika/raznoe/olig-adm.html>

богатеи и кукловоды, а потому что прикупили (фактически) себе за свои деньги государственные магистратуры. Потанин и Березовский - бывшие олигархи, потому что занимали такие магистратуры в прошлом. А вот Фридман, Дерипаска, Гусинский - не олигархи, потому что не имели государственных должностей. Они в лучшем случае “финансовые олигархи” по Ленину, или “отраслевые олигархи” - поскольку каждый в своей отрасли экономики, несомненно, входит в ряды “немногих властвующих”»<sup>1</sup>.

Говоря о нынешней ситуации, В.Прибыловский язвительно отмечает, что «знаменитая максима ВВП о том, что олигархи должны быть “равноудалены от власти”, - оксюморон. Олигархи, равноудаленные от власти, - это хоккеисты, равноудаленные от хоккея»<sup>2</sup>. Современная ситуация характеризуется так: «В сегодняшней России наиболее влиятельные олигархические административно-экономические кланы федерального значения - это “старокремлевский”, “старопитерский”, “новопитерский” и “столичный” (в смысле лужковский). В каждом из кланов есть административная составляющая и бизнес-составляющая... Но именно административное крыло является ведущим, а экономическое - подчиненным....Поэтому магнаты бизнеса рвутся в исполнительную власть, баллотируются один за другим в губернаторы: хотят стать реальными олигархами»<sup>3</sup>.

По классификации Прибыловского, ярлыка «олигарх» на сегодняшний день заслуживают, например, Р.Абрамович и А.Хлопонин, «но не потому, что богатеи и кукловоды, а потому что фактически купили себе государственные магистратуры»<sup>4</sup>. Потанин и Березовский – бывшие олигархи, потому что занимали государственные посты в прошлом. «А вот

---

<sup>1</sup> Прибыловский В. Административная олигархия против олигархии финансовой. июль 2003. <http://www.cityline.ru/politika/raznoe/olig-adm.html>

<sup>2</sup> Там же. <http://www.cityline.ru/politika/raznoe/olig-adm.html>

<sup>3</sup> Там же. <http://www.cityline.ru/politika/raznoe/olig-adm.html>

<sup>4</sup> Прибыловский В. Ходорковского «насчитали» 25 раз. Алекперова — ни разу. К чему бы это? // Новая газета. 5.06.2003 №40. С.2.



Ходорковский, Фридман, Дерипаска, Гусинский – не олигархи, потому что не имели государственных должностей»<sup>1</sup>.

### **3.6. Манипуляции посредством идеологемы «олигарх».**

Манипулятивное использование термина и его превращение в идеологему ярко иллюстрируют два «аналитических» доклада, появившихся в середине 2003 года.

Первый доклад подготовлен как минимум двумя авторами (И.Дискиным и С.Белковским), членами Совета по национальной стратегии (СНС), и называется «Государство и олигархия»<sup>2</sup>. В нем утверждалось, что «страна оказалась на пороге ползучего олигархического переворота»<sup>3</sup>. Ряд крупных бизнесменов обвинялись в поэтапном захвате власти и в подготовке переворота через формирование подконтрольной Государственной Думы после выборов в парламент в конце 2003 года. Речь шла об «олигархической модернизации», в ходе которой «олигархи» полностью подчинят себе управления государственной системой. Показательно, что чаще всего в докладе упоминалась нефтяная компания «ЮКОС» и ее глава М.Ходорковский. «Закончилась эта история наездом на «ЮКОС», арестом Михаила Ходорковского и сильным испугом крупного российского бизнеса»<sup>4</sup>.

Доклад анализирует сложившуюся ситуацию в стране, приводит различные данные и исторические аналогии олигархий, рисует катастрофические сцены в случае продолжения осуществления описываемого ими сценария «олигархического переворота». По мнению экспертов СНС «олигарх – это субъект определенной властной системы, сложившейся в России на протяжении последнего десятилетия XX века». Ряд крупных бизнесменов, названных «олигархами» (в тексте доклада – без

---

<sup>1</sup> Там же.

<sup>2</sup> Совет по национальной стратегии. Государство и олигархия. 9 июня 2003. <http://www.snsr.ru/reports/government.shtml>

<sup>3</sup> Там же.

<sup>4</sup> История России в докладных // Новая газета, 15.03.2004. №17. С.4

кавычек) фактически открыто обвинены в различных преступлениях, их именуют «национально безответственной элитой», а их ценности называют «антинациональными». Критерий отнесения к «олигархам» определяется уровнем политической активности и угодности определенной группе властных лиц: «...российский олигарх вовсе не обязан быть бизнесменом: это физическое лицо, удовлетворяющее определенным критериям правящей касты (правлящего слоя)»<sup>1</sup>.

Нужно отметить, что на подобных расплывчатых определениях строится все последующее яркое, эмоциональное повествование. И.Дискин, один из авторов доклада, так определил критерий, по которому вычленили «олигархов»: «Тот, кто не вмешивается в политику, — просто безвредный представитель крупного бизнеса. Тот, кто пытается оказывать на политику влияние, в первую очередь через финансы, — олигарх»<sup>2</sup>.

В числе противников доклада оказался один из экспертов Совета по национальной стратегии М. Урнов (который позже покинул эту организацию). Он так прокомментировал ситуацию с докладом: «...термин «олигарх» — некорректный, он эмоционально окрашен... Главной опасностью для России в докладе названы крупные корпорации и монополии. Это в корне неверная оценка. Куда большей опасностью являются коррупция, оргпреступность, правовой нигилизм, отсутствие трудовой этики. Вместо того чтобы заниматься этим, перед нами ставят ложную цель»<sup>3</sup>.

Не вдаваясь в рассуждения, кем был инициирован и на кого нацелен доклад, отметим, что термин «олигарх» был использован в данном случае как идеологема против ограниченного числа представителей крупного бизнеса и привел к видимым результатам. Конечно, за скобками осталась хорошо спланированная пропагандистская кампания, рассмотрение которой требует

---

<sup>1</sup> Совет по национальной стратегии. Государство и олигархия. 9 июня 2003. <http://www.snsr.ru/reports/government.shtml>

<sup>2</sup> Джемаль О. Мочить в джакузи! // Новая газета. 05.06.2003. №40. С.2.

<sup>3</sup> Там же.

отдельного исследования. Однако необходимо признать, что манипуляция на уровне идеологом была проведена профессионально и эффективно.

Другой доклад («аналитическая записка») выполнен Г.Павловским, главой Фонда эффективной политики (ФЭП). Он носит название «О негативных последствиях “летнего наступления” оппозиционного курсу Президента РФ меньшинства»<sup>1</sup>. Здесь в подготовке антипрезидентского заговора обвиняется так называемая «группа С.Пугачева – И.Сечина – В.Иванова». Первый в группе – глава «Межпромбанка», двое других – сотрудники Администрации Президента РФ. Называются также ряд имен, поддерживающих «Группу», которая ассоциируется с «питерскими» и «силовиками», «чекистами». «Группа», по мнению Павловского, оказывает давление на Президента, подчеркивая необходимость усиления его позиций и косвенно подчеркивая его слабость. Целью «Группы», по утверждению Павловского, является передел собственности «в пользу участников и сторонников Группы, прикрывающихся флагом государственных интересов. Фактически, на место разрушенной олигархической системы приходит новая “силовая” олигархия... Реализация такого передела в пользу “новых олигархов” приведет к повторению в худшем виде олигархической системы...». Также рисуется трагический сценарий «трансформации роли Президента», в результате чего он станет заложником политики «Группы», члены которой именуются «новыми олигархами-поводырями Президента».

Доклад представляет собой четко структурированный текст из четырех частей, с подборкой цитат из прессы для иллюстраций. Написан в той же тональности, что и доклад СНС, но идеологема «олигарх» направлена на совершенно другую группу лиц.

В самом начале доклада автор заявляет, что «надеется на оценку своих выводов со стороны коллег и продолжение начатой экспертизы попыток коррекции политической линии В.Путина со стороны “новой олигархии”». Здесь явно просматриваются ответные действия Павловского на публикацию

---

<sup>1</sup> Павловский Г. «О негативных последствиях “летнего наступления” оппозиционного курсу Президента РФ меньшинства». 2.09.2003. [http://www.russ.ru/politics/20030902\\_gp.html](http://www.russ.ru/politics/20030902_gp.html)

доклада Белковского - Дискина. Далее в тексте упоминаются эксперты СНС и их доклад, названный Павловским «идеологическим манифестом Группы». Таким образом, «аналитическая записка» Павловского – симметричный ответ Белковскому и Дискину.

О последствиях доклада Павловского судить нет возможности, однако важно другое: как и в докладе экспертов СНС, в «аналитической записке» термин «олигарх» употребляется как идеологема, с явной целью оказать манипулятивное воздействие на определенных лиц (или даже одно лицо). При этом жупел «олигарха» ожесточенно используется обеими сторонами, а мишенью воздействия выступают социальные стереотипы.

### **3.7. Слово «олигарх» в эфире радиостанции «Эхо Москвы».**

Выбор источника для рассмотрения слова «олигарх» неслучаен. Радиостанция «Эхо Москвы» - одно из авторитетнейших СМИ в России. Нужно признать, что на сегодняшний день ни одно другое российское СМИ федерального значения не дает такого разнообразия мнений, как «Эхо Москвы». Главный редактор радиостанции А. Венедиктов придерживается принципов «вести диалог по всем азимутам» и «предоставлять эфир всем и спорить со всеми»<sup>1</sup>.

Аудитория радиостанции составляет около 600 тысяч москвичей и 1,5 миллиона жителей провинции. В студию «Эха Москвы» приглашают самых разнообразных гостей, которые представляют весь спектр элит. На радио побывали известнейшие представители общемировой элиты: Джордж Буш, Билл Клинтон, Жак Ширак, а также Мирей Матье, Мадонна, Ален Делон, не говоря уже о самых ярких представителях российской элиты<sup>2</sup>.

Гости радиостанции – это «лидеры мнений», которым доверяет многие люди, эти участники эфиров формируют стереотипы массового сознания.

---

<sup>1</sup> МанDEVиль Л. “Эхо Москвы” - островок свободы в море подконтрольных СМИ // Le Figaro. 3.12.2003. <http://www.inopressa.ru/lefigaro/2003/12/03/15:05:26/arc:lefigaro:russia>

<sup>2</sup> Там же.

Поэтому то, что говорят гости студии, отражается на состоянии массового сознания.

В распоряжении автора данной работы оказались текстовые версии бесед на радиостанции «Эхо Москвы» в период с 1997 года по 2003 гг.<sup>1</sup>. Нужно сразу оговорить, что перекодированием записей радиоэфиров в текст занималась служба набора радиостанции. Далеко не все эфиры были переведены в электронные текстовые версии, и критерии отбора тех или иных эфиров для текстового набора не известны. Поэтому нельзя прибегнуть к строго научному социологическому анализу массива. Однако можно отобрать часть высказываний по некоторым критериям. В качестве критерия можно выделить разные подходы к слову «олигарх».

Высказывания, таким образом, можно распределить как минимум по двум категориям. В одном случае, усматривается попытка определить и классифицировать феномен олигархии как социально-политического явления. В другом – слово «олигарх» рассматривается и оценивается только как термин.

Итак, можно последовательно рассмотреть несколько наиболее ярких высказываний по поводу «олигархов» и «олигархии», распределив их по группам «оценка термина» и «оценка явления», расположив высказывания в хронологическом порядке. Вначале дается подборка из высказываний известных людей по каждой из групп, затем формируется сводная таблица с различными значениями, а на ее основании выделяются наиболее характерные оценочные черты, что дает представление о смысловом наполнении слова «олигарх» в понимании представителей элит, которые, в свою очередь, влияют на массовое сознание.

### *Оценка термина «олигарх»*

---

<sup>1</sup> Подробнее об информационном массиве и технологии его обработки – см. «Приложение 1».

К этой группе относится ряд высказываний, содержащих оценку термина «олигарх». Мнения представлены в формате «автор – высказывание».

Глава «Медиа-Моста» В.Гусинский, по поводу «финансовой олигархии» в России: «Это большой миф. Что ж делать, если мы живем в стране мифов»<sup>1</sup>.

Глава РАО «ЕЭС» Анатолий Чубайс на реплику Алексея Венедиктова «Вы сами олигарх»: «Это правильно. Если это название Вас устраивает, можете его использовать. Я его воспринимаю спокойно»<sup>2</sup>.

Секретарь ЦК КПРФ по идеологии Александр Кравец: «Если мы говорим о российской действительности, мы “пристегнули” этот термин – “олигарх” – к тем людям, которые сегодня манипулируют обществом, влияют на ситуацию в обществе. Я думаю, что нам надо просто тогда уходить от этого понятия»<sup>3</sup>.

Председатель правления "Импексбанка Олег Киселев, назвав термин «олигарх» расхожим: «Есть некоторые расхожие термины, которые на самом деле я глубоко не понимаю... Я не понимаю, что такое “олигархи”, и каждый закладывает в этот термин то, что он считает нужным»<sup>4</sup>.

Первый заместитель главного редактора «Эха Москвы» Сергей Бунтман: «А что такое “олигархи”? “Олигархи” – это кличка на самом деле»<sup>5</sup>.

Директор Центра политических технологий Игорь Бунин считает, что термин «олигарх» нужно употреблять «в кавычках»: «потому что это уже некий стереотип, некий штамп, который пользуется всюду и везде»<sup>6</sup>.

Политический обозреватель «Новой газеты» Павел Воцанов, отзываясь на доклад Совета по национальной стратегии о «заговоре олигархов»: «Нас всегда накануне выборов чем-то пугали: реставрацией коммунизма, в 96 году тем, что скоро вернутся очереди и талоны на продукты питания. Потом нас

---

<sup>1</sup> Гусинский В. Прямой эфир // Эхо Москвы. 14.08.97.

<sup>2</sup> Чубайс А. Прямой эфир // Эхо Москвы. 24.08.1999.

<sup>3</sup> Кравец А. Прямой эфир // Эхо Москвы. 19.07.2000.

<sup>4</sup> Киселев О. Прямой эфир // Эхо Москвы. 27.08.2000.

<sup>5</sup> Бунтман С. Прямой эфир // Эхо Москвы. 24.10.2000.

<sup>6</sup> Бунин И. Прямой эфир // Эхо Москвы. 24.01.2001.

русскими фашистами пугали, и за счет этого либеральные правые круги значительное число у левых отобрали. Потом нас испугали Чечней и чеченским террористом. Я все время думал, чем нас испугают на сей раз. Не нахожу более эффектного хода, как заговор “олигархов”»<sup>1</sup>.

Лидер блока «Родина» Дмитрий Rogozin: «Слово “олигархи” стало чуть ли не модным для употребления одними с симпатией, другими с антипатией»<sup>2</sup>.

Президент Фонда эффективной политики Глеб Павловский: «Слово “олигархи”, и вся эта довольно грязная, с моей точки зрения, - грязная идеология, аналогичная так называемой борьбе с буржуями начала 20 века... Я настаиваю – грязная, “антиолигархическая”. Это грязная идеология, которая может нас завести только в тупик, в грязь и в кровь, и ни во что больше. Она была сочинена, спроектирована крупным бизнесом в своих медийных лабораториях. Я мог бы называть фамилии, но не хочу называть фамилий»<sup>3</sup>.

#### *Оценка «олигархов» и «олигархии» как явления*

Данная группа высказываний отражает мнения по вопросу «олигархии» как социально-политического явления, как некоторой системы отношений между экономической и политической сферами и их представителями. Как и в предыдущей группе, мнения представлены в формате «автор – высказывание».

Глава «Медиа-Моста» В.Гусинский: «Олигархия – это управление немногих, а если мы говорим о серьезном подходе, то это прямая договоренность или прямое взаимоотношение в системе правления власти и денег... Рынок крупных игроков - не олигархический рынок, потому что власть одна, а игроков много»<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Воцанов П. Прямой эфир // Эхо Москвы. 15.06.2003.

<sup>2</sup> Rogozin Д. Прямой эфир // Эхо Москвы. 18.09.2003.

<sup>3</sup> Павловский Г. Прямой эфир // Эхо Москвы. 18.09.2003.

<sup>4</sup> Гусинский В. Прямой эфир // Эхо Москвы. 14.08.97.

Президент холдинговой компании «Интеррос» Владимир Потанин: «Я себя никогда не считал олигархом. Олигархи - это скорее одновременное решение вопросов во власти и в бизнесе»<sup>1</sup>.

Председатель Национального резервного банка Александр Лебедев: «Мне кажется, к олигархам принято относить людей, которые, как они сами говорили, в 96-м году решили судьбу выборов Президента»<sup>2</sup>.

Лидер ЛДПР Владимир Жириновский: «Олигархи - это те, которые десятки лет имеют крупные финансовые компании и зарабатывают на финансовых рынках огромные деньги, и которые связаны с властью. Сплетение финансовой и политической власти дает нам олигархов»<sup>3</sup>.

Главный редактор журнала “Америка” и создатель первой Российской товарно-сырьевой биржи Константин Боровой: «Я думаю, что сегодняшние олигархи, те, кто сегодня влияют, та узкая группа лиц, по определению олигархи, которые незаконными способами влияют на власть – это окружение Путина... Олигархическая форма правления – это незаконная узурпация власти группой лиц. Все. При чем здесь деньги - я не очень понимаю... Если говорить о деньгах, то наши олигархи, все вместе взятые, владеют таким микроскопическим объемом средств, что смешно даже говорить. Если говорить сегодня о “Медиа-МОСТе”, то это очень маленькие деньги, гроши по сравнению с тем, чем владеют крупные монополисты энергетические, скажем, “Газпром” или РАО “ЕЭС”»<sup>4</sup>.

Секретарь ЦК КПРФ по идеологии Александр Кравец: «Олигархи, в том смысле, в котором принято считать во всем мире, – это анонимная группа людей, стоящая за властью и манипулирующая ей... олигархом делают или деньги, или политическая власть... Олигархи – это те, кто в принципе стоят за спиной. Они не на авансцене политики находятся, они манипулируют политиками – губернаторы ли, президенты ли это»<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Потанин В. Прямой эфир // Эхо Москвы. 15.09.1998.

<sup>2</sup> Лебедев А. Прямой эфир // Эхо Москвы. 15.09.1999.

<sup>3</sup> Жириновский В. Прямой эфир // Эхо Москвы. 17.07.2000.

<sup>4</sup> Боровой К. Прямой эфир // Эхо Москвы. 19.07.2000.

<sup>5</sup> Кравец А. Прямой эфир // Эхо Москвы. 19.07.2000.



Бывший министр экономики РФ, научный руководитель Высшей школы экономики Евгений Ясин: «Олигархи - это просто люди, которые ворочают большими деньгами. Это люди, которые способны оказывать давление на власть, влиять на принятие политических решений, и в том числе с целью того, чтобы получить выгоду в свою пользу»<sup>1</sup>.

Директор Института проблем глобализации Михаил Делягин: «Нужно разделять крупный бизнес и олигархов... Крупный бизнес превращается в олигархов помимо своей воли. Олигарх - это крупный бизнесмен, который обладает избыточным политическим влиянием. И приобретает он это влияние не потому, что он плохой или хороший, а потому, что государство позволяет ему в процессе реализации естественных интересов захватить над собой контроль. Он захватывает этот контроль не по своей вине, а из-за слабости государства, он и становится олигархом, он становится тормозом экономического развития. Поэтому с олигархами Россия прожить не сможет, но без крупного бизнеса она прожить тоже не сможет. И давайте различать – есть два отдельных человека – Гусинский, Березовский, или кто-нибудь еще, и есть категория олигархов. Если мы будем, как уже принято говорить в русском языке «мочить в сортире» отдельных олигархов, то мы бизнес порушим, а с олигархией как явлением ничего не сделаем... Проблема олигархии – это не проблема крупных корпораций, это проблема государства, потому что государство должно быть эффективным и умным, - не обязательно сильным»<sup>2</sup>.

Лидер партии «Демократический союз» Валерия Новодворская: «Что касается олигархического капитализма или госкапитализма, потому что наши олигархи на самом деле марионетки государства и действуют только по воле государства. Если они пытаются действовать вопреки, с ними случается то, что случилось с Березовским и Гусинским»<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Ясин Е. Прямой эфир // Эхо Москвы. 10.08.2000.

<sup>2</sup> Делягин М. Прямой эфир // Эхо Москвы. 25.01.2002.

<sup>3</sup> Новодворская В. Прямой эфир // Эхо Москвы. 2.05.2003.

Директор Центра стратегических исследований Андрей Пионтковский: «В сознании большинства наших слушателей олигарх - это очень богатый человек. Например, Б.Гейтс - очень богатый человек, но ни в коем случае не олигарх. А вот, например, вице-президент Чейни, намного более бедный человек, чем Б.Гейтс, но богатый по мировым масштабам - он ведь в каком-то смысле олигарх. Потому что использует административный ресурс... Олигарх это не просто богатый человек, а человек, который получает свое богатство исключительно благодаря своему административному ресурсу... Вот у доклада Белковского было два списка, - большое впечатление на меня произвело, - один расстрельный, а другой как бы такой державно-государственный, хороших государственных олигархов. Там вот как раз те люди, состояние которых примерно десятки миллионов долларов - они-то сейчас настоящие олигархи, потому что они вовсю используют административный ресурс... Есть определение олигархии - это человек, который разбогател, используя административный ресурс»<sup>1</sup>.

Журналист Юлия Латынина: «Что такое российские олигархи? - это ведь не класс, и мы это очень хорошо видим. Это группа, даже не группа, а несколько людей, которые все страшно завидуют друг другу, у которых у всех есть какие-то поводы недовольства друг другом - либо потому, что они когда-то друг друга пытались съесть, либо наоборот, потому что съесть себя не дали... Слово “олигарх” связано с тем, что человек близок к власти, и власть является его самым высокодоходным финансовым инструментом, и, следуя этой логике определения, наши старые олигархи уже не олигархи. А те чиновники, которые через уголовные дела могут получить крупные куски компаний, и являются самыми большими олигархами»<sup>2</sup>.

Нижеследующая таблица вкратце суммирует все приведенные мнения.

---

<sup>1</sup> Пионтковский А. Прямой эфир // Эхо Москвы. 18.09.2003.

<sup>2</sup> Латынина Ю. Прямой эфир // Эхо Москвы. 15.12.2003.

Оценка термина «Олигарх» как термин	Оценка явления «Олигархия» и «олигархи» как явление
<ul style="list-style-type: none"> <li>- «финансовая олигархия» - большой миф (В.Гусинский, 1997г.)</li> <li>- «правильный» термин (А.Чубайс, 1999г.)</li> <li>- «нам надо просто тогда уходить от этого понятия» (А.Кравец, 2000г.)</li> <li>- «каждый закладывает в этот термин то, что он считает нужным» (О.Киселев, 2000г.)</li> <li>- «кличка» (С.Бунтман, 2000г.)</li> <li>- «стереотип и штамп», который нужно употреблять в кавычках (И.Бунин, 2000г.)</li> <li>- использование термина – эффектный предвыборный ход (П.Вощанов, 2003г.)</li> <li>- «чуть ли не модное слово» (Д.Рогозин, 2003г.)</li> <li>- «грязная идеология» (Г.Павловский, 2003г.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- управление немногих, прямая договоренность «в системе власти и денег» (В.Гусинский, 1997г.)</li> <li>- «одновременное решение вопросов во власти и бизнесе» (В.Потанин, 1998г.)</li> <li>- «олигархи» – кто в 1996 году «решил судьбу выборов Президента» (А.Лебедев, 1999г.)</li> <li>- «сплетение финансовой и политической власти» (В.Жириновский, 2000г.)</li> <li>- «незаконная узурпация власти группой лиц», незаконное влияние на власть (К.Боровой, 2000г.)</li> <li>- «олигархи» – те, кто «манипулируют политиками» (А.Кравец, 2000г.)</li> <li>- «олигархи» - люди с большими деньгами, способные оказывать давление на власть (Е.Ясин, 2000г.)</li> <li>- «олигарх» – «это крупный бизнесмен, который обладает избыточным политическим влиянием» (М.Делягин, 2002г.)</li> <li>- «олигархи» - это «марионетки государства» (В.Новодворская, 2002г.)</li> <li>- «олигарх» - «это человек, который разбогател, используя административный ресурс» (А.Пионтковский, 2003г.)</li> <li>- «олигархи» - это разрозненная группа; для них власть - «самый высокодоходный финансовый инструмент» (Ю.Латынина, 2003г.)</li> </ul>

Отталкиваясь от высказываний гостей эфиров «Эха Москвы», причисленных к первой группе, можно сформулировать следующее обобщенное представление о термине «олигарх»: слово может быть мифом, стереотипом, кличкой, штампом и даже элементом «грязной идеологии» или эффективным предвыборным ходом. Предпочтительно употреблять термин в кавычках, предоставлять возможность каждому трактовать слово «олигарх» по своему усмотрению или вовсе «уходить» от его использования.

Итак, большая часть высказываний относительно термина «олигарх» свидетельствует, что термин некорректен или используется в манипулятивных целях, а слово «олигарх» используется как идеологема. Такие выводы соответствуют теоретическим предположениям данной дипломной работы об использовании идеологеми «олигарх» в манипулятивных целях.

Исходя из высказываний второй группы об «олигархах» и «олигархии» как о явлении, можно выделить следующие характеристики: «олигархия» - это сращение денег и власти, политического и финансового влияния. Во взаимоотношениях власти и бизнеса просматривается скрытая договоренность, вплоть до преступного сговора и незаконных действий. Причем, одни считают, что олигархи манипулируют государственной системой, другие уверены, что олигархи – «марионетки государства».

Данная группа высказываний в большинстве своем содержит схожие трактовки явления и де-факто признает реальное существование олигархии в России. Авторы подобных высказываний, интерпретирующие слово «олигарх», сознательно или бессознательно принимают участие в формировании социальных стереотипов и политической мифологии.

Таким образом, высказывания некоторых представителей российских элит подтверждают тезис, что слово «олигарх» применяется как минимум в двух разных случаях: как манипулятивный термин или как слово для оценки реального явления российской действительности. Однако реальность этого явления сложно подтвердить, поэтому слово «олигарх» несет на себе

оценочное значение, и выступает как идеологема даже при попытках его научной трактовки.

### **Выводы главы**

Понятие «олигархии» со времен Аристотеля довольно сильно изменилось: представление о власти немногих знатных и богатых трансформировалось в представление о власти узкого круга лиц, оказывающих влияние на различные сферы социально-политической действительности.

Слово «олигархия» имеет разные словарные определения, что дает основания предполагать о его использовании в качестве идеологеми.

Необходимо учитывать, что слово «олигарх» может употребляться в двух смыслах: как идеологема в манипулятивных целях, и как термин для научной трактовки реалий в социально-политической сфере. Зачастую довольно сложно провести разграничения между этими двумя употреблениями слова.

Современные российские исследователи сходятся во мнении, что в России с 90-х годов можно говорить о существовании олигархов, но не все согласны с утверждением о наличии олигархии как сплоченной группы.

Слово «олигархия» до середины 1997 – начала 1998 годов было принято соотносить с окружением Президента Б. Ельцина, а также с представителями постсоветской номенклатуры и бюрократии. Далее этот ярлык переместился на крупных предпринимателей в результате противостояния нескольких влиятельных групп, выраженном в «информационных войнах» и «сливе» компромата. Термин входит в широкое употребление и становится идеологемой, используемой как инструмент давления на конкурентов.

Можно говорить, что существует искаженное представление об условной группе, которую принято называть «олигархи». Представление об

этой группе - социальный стереотип, который формирует идеологема «олигарх».

Термин «олигарх» используется как идеологема в манипулятивных целях, что иллюстрирует сопоставление ряда высказываний представителей российских элит в радиэфире «Эха Москвы».

## **Заключение.**

Можно кратко суммировать основные выводы данной работы.

Человеческую сущность можно рассматривать с точки зрения двух векторов – «рационального» и «иррационального».

К «рациональному» вектору относится сфера сознательного, осмысленного и, следовательно, категории личность – группа – общество. С оговорками, этому вектору соответствуют социальные стереотипы и установки. К иррациональному вектору отнесена сфера бессознательного, примитивного, а значит такие категории, как индивид – масса – массовое общество. На этом уровне функционируют мифы и архетипы.

Категории стереотип, установка, идеологема, миф, архетип – родственные явления, находящиеся в одной плоскости человеческой сущности – в плоскости формирования представлений о внешнем мире и моделей взаимодействия с окружающей средой.

Идеологема – это идейное предписание, оценочное суждение. Социальный стереотип – это упрощенное, оценочное, эмоционально окрашенное представление (или образ), выражающее привычное отношение к явлению или социальной группе. Установка – предрасположенность к определенной активности в определенной ситуации, внутренняя подготовка к действию. Три этих категории с оговорками можно отнести к рациональной сфере человека. Манипулятор стремится сформировать и контролировать эти механизмы.

Мифы – это модели для объяснения явлений внешнего мира, основанные на иррациональных и фантастических представлениях. Архетипы – это всеобщие представления и образы, берущие начало в первобытном мышлении. Архетипы – «каркасы» для мифов, их «энергетическая» подпитка. Данные категории могут быть отнесены к иррациональной сфере человека. Через эти структуры манипулятор получает доступ к внутреннему миру адресата.

Возможности для широкомасштабного манипулирования предоставляет массовизация. Процессы массовизации сопровождаются нарушением двусторонних отношений людей и их разобщением. Происходит уравнивание свойств индивида и утеря уникальных черт личности. Бурное развитие масс-медиа и увеличение односторонних потоков информации, идущих на индивида. Информация становится все менее доступной для понимания и критической оценки. В результате, иррациональная, бессознательная составляющая человека начинает доминировать.

Массы находят свое выражение в толпе (объединение по пространственному признаку) или в публике (объединение общим источником информации). Массы характеризуются особым типом сознания – массовым сознанием: эмоциональным, инстинктивным, иррациональным; основанным на навязанных извне имиджах и стереотипах, предубеждениях и предрассудках, архетипах и мифах.

Уровню массового общества соответствует массовая культура. Ее функция – опредмечивать и актуализировать желания массовой аудитории.

Разнородные, неустойчивые, бесструктурные, восприимчивые и податливые массы становятся легкой добычей манипулятора. Инструментом манипуляции становятся, в частности, идеологемы (смысловые предписания), а мишенями воздействия и механизмами реализации манипуляции – социальные стереотипы. Средства массовой коммуникации при этом служат каналом коммуникации и выполняют роли распространения, регулирования и маскировки манипулятивного воздействия.

Работы У. Липпмана заложили основу для исследования феномена социального стереотипа. Липпман также выявил взаимосвязи между социальными стереотипами, процессами массовизации, возможностями манипулирования людьми и кризисом демократии. Исследователь обнаружил единые законы при управлении большими организациями: тенденция



сосредоточения всей полноты власти и тотального контроля в руках руководства организацией.

У.Липпман также сформулировал признаки новых социально-психологических реалий: в условиях ограниченного опыта человека, усложнение современной жизни и информации не дает индивиду возможности держать в поле зрения и воспринимать все изменения окружающего мира. На первый план выходит стереотипное мышление, которое несовместимо с идеалом компетентного и суверенного гражданина. СМИ не в состоянии осветить все проблемы, поэтому общественное мнение представляет собой лишь упорядоченную и морализованную версию фактов, основанных на искаженных представлениях и стереотипах. Вместо граждан формируется публика, которой не сложно манипулировать, зная некоторые психологические особенности человека. На знании этих особенностей выстраиваются манипулятивные технологии.

Современные представления о социальных стереотипах исходят из того, что этот феномен – разделяемый некоторой группой людей способ маркировки «своих» и «чужих». Функция стереотипа – построение в условиях кажущегося хаоса упорядоченной и предсказуемой картины мира, где каждому определено свое место и роль. Социальные стереотипы активно используются при реализации манипулятивных стратегий.

Обширность накопленных знаний в области манипуляции сознанием позволяет создавать специальные манипулятивные технологии, и на их основе выстраивать манипулятивные стратегии.

Манипулятивная стратегия имеет несколько уровней и этапов, служащих единой цели – скрытому навязыванию воли манипулятора адресату. Основные составляющие манипулятивного воздействия: информация (посредством которой передается воздействие), мишени воздействия (психические структуры, поражение которых приводит к их изменению в нужном манипулятору направлении) и психические механизмы (психические

состояния и процессы, реализующие движение к ожидаемому манипулятором результату).

Идеологема – информационная составляющая манипулятивного воздействия, которые выступают в роли инструмента манипуляции. Социальный стереотип, в контексте манипулятивных стратегий, выступает одновременно в роли мишени манипуляций (объект) и в качестве механизма манипуляций (субъект). С одной стороны, на него воздействуют, его умышленно формируют, чтобы получить контроль над некоторыми сферами внутреннего мира человека; а с другой стороны – стремятся задействовать социальный стереотип, чтобы с его помощью реализовывать необходимую манипулятору активность. Идеологема «олигарх» формирует соответствующий социальный стереотип и задает вектор оценки явления (крупные российские предприниматели), на которое направлена идеологема.

Понятие «олигархии» со времен Аристотеля довольно сильно изменилось: представление о власти немногих знатных и богатых трансформировалось в представление о власти узкого круга лиц, оказывающих влияние на различные сферы социально-политической действительности.

Современные российские исследователи сходятся во мнении, что в России с 90-х годов можно говорить о существовании олигархов как реальных субъектах экономики и политики, но есть сомнения о существовании олигархии как группы.

Слово «олигархия» до середины 1997 – начала 1998 годов относилось к окружению Президента Б. Ельцина, а также к представителям постсоветской номенклатуры и бюрократии. Далее этот ярлык переместился на крупных предпринимателей в результате противоборства нескольких групп, выраженном в «информационных войнах» и «сливе» компромата. Термин входит в широкое употребление и становится идеологемой, используемой как инструмент давления на конкурентов.

Можно говорить, что существует искаженное представление об условной группе, которую принято называть «олигархи». Представление об этой группе - социальный стереотип, который формирует идеологема «олигарх».

Слово «олигархия» имеет разные словарные определения, - разнородные явления охватываются одним термином, - что дает основания утверждать об использовании термина в качестве идеологемы.

Необходимо учитывать, что слово «олигарх» может употребляться в двух смыслах: как идеологема в манипулятивных целях, и как термин для научной трактовки реалий в социально-политической сфере. Зачастую довольно сложно провести разграничения между этими двумя употреблениями слова.

Термин «олигарх» часто используется как идеологема в манипулятивных целях, что иллюстрирует сопоставление ряда высказываний представителей российских элит в радиозфире «Эха Москвы».

Таким образом, из данной работы можно сделать ряд следующих выводов:

1. «Олигарх» - это идеологема, она создана и транслируется в целях формирования (изменения, корректировки и поддержания) социального стереотипа «олигархи». То есть негативного образа группы людей, обладающих в представлениях масс неограниченными финансовыми ресурсами и контролем власти. Таким образом, идеологема – технологический инструмент манипуляции и воздействия на массовое сознание.

2. Социальный стереотип «олигарх» - это искаженное представление об узкой группе лиц<sup>\*</sup>, обладающих большими материальными и финансовыми ресурсами, оказывающих влияние на власть или даже полностью ее контролирующих, а потому опасных для общества. Социальный стереотип

---

<sup>\*</sup> Группой эти люди являются только в смысле, заданном идеологемой. Причисление к этой «группе» носит также идеологический характер.

«олигарх» в данной ситуации выступает как мишень (предварительно сформированная) манипулятивного воздействия и одновременно как инструмент влияния на массовое сознание. Этот стереотип призван выработать соответствующую установку у масс и должен вписаться в мифологическую картину мира индивидов.

3. Соответствующий идеологеме «олигарх» социальный стереотип является инструментом давления на группу, именуемую «олигархи». В результате манипулятивного воздействия, эта группа лишается общественной поддержки, и любой, кто приписывается к ней автоматически лишается доверия не только масс, но и некоторого круга элит. Теперь манипулятору остается только поддерживать этот стереотип на уровне предсознательного индивидов, чтобы в любой момент активировать его в массовом сознании. В таком «спящем» состоянии стереотип можно сохранять до необходимого момента. В дальнейшем его можно либо перевести в активное, актуальное состояние, предложив реализовать сценарий действий в отношении означенной группы, либо отказаться от идеологемы «олигарх», тем самым, похоронив в глубинах подсознательного соответствующий социальный стереотип.

Общий вывод работы - идеологема «олигарх» применяется в целях манипуляции сознанием; мишени и механизмы реализации манипулятивных стратегий при использовании идеологемы «олигарх» - социальные стереотипы.

## **Список источников и литературы:**

### **I. Источники:**

1. Боровой К. Прямой эфир // Эхо Москвы. 19.07.2000.
2. Бунин И. Прямой эфир // Эхо Москвы. 24.01.2001.
3. Бунтман С. Прямой эфир // Эхо Москвы. 24.10.2000.
4. Воцанов П. Прямой эфир // Эхо Москвы. 15.06.2003.
5. Делягин М. Прямой эфир // Эхо Москвы. 25.01.2002.
6. Джемаль О. Мочить в джакузи! // Новая газета. 05.06.2003. №40. С.2.
7. Гусинский В. Прямой эфир // Эхо Москвы. 14.08.97.
8. Жириновский В. Прямой эфир // Эхо Москвы. 17.07.2000.
9. История России в докладных // Новая газета. 15.03.2004. №17. С.4
10. Киселев, Д. Прямой эфир // «Эхо Москвы». 12.05.2001.
11. Киселев О. Прямой эфир // Эхо Москвы. 27.08.2000.
12. Кравец А. Прямой эфир // Эхо Москвы. 19.07.2000.
13. Латынина Ю. Прямой эфир // Эхо Москвы. 15.12.2003.
14. Лебедев А. Прямой эфир // Эхо Москвы. 15.09.1999.
15. Мандевиль Л. “Эхо Москвы” - островок свободы в море подконтрольных СМИ // Le Figaro. 3.12.2003.  
<http://www.inopressa.ru/lefigaro/2003/12/03/15:05:26/arc:lefigaro:russia>
16. Новодворская В. Прямой эфир // Эхо Москвы. 2.05.2003.
17. Павлова А. Корзинку полная котят // Литературная газета. 9.08.2000.  
№32-33 С.6
18. Павловский Г. О негативных последствиях «летнего наступления» оппозиционного курсу Президента РФ меньшинства. 2.09.2003.  
[http://www.russ.ru/politics/20030902\\_gp.html](http://www.russ.ru/politics/20030902_gp.html)
19. Павловский Г. Прямой эфир // Эхо Москвы. 18.09.2003.
20. Пионтковский А. Прямой эфир // Эхо Москвы. 18.09.2003.
21. Потанин В. Прямой эфир. // Эхо Москвы. 15.09.1998.

22. Прибыловский В. Ходорковского «насчитали» 25 раз. Алекперова — ни разу. К чему бы это? // Новая газета. 5.06.2003. №40.С.2.
23. Рогозин Д. Прямой эфир // Эхо Москвы. 18.09.2003.
24. Совет по национальной стратегии. Государство и олигархия. 9.06.2003.  
<http://www.snsr.ru/reports/goverment.shtml>
25. Солженицын А. К нынешнему состоянию России // Общая газета. 28.11.1996. №47. С.8.
26. Чубайс А. Прямой эфир // Эхо Москвы. 24.08.1999.
27. Ясин Е. Прямой эфир // Эхо Москвы. 10.08.2000.

## **II. Литература:**

1. Абдульвахед О. Формирование общественного мнения под влиянием СМИ как фактор политической культуры общества. Автореферат диссертации. М., 2000. 16 с.
2. Андреева Г.М. Социальная психология. М., 1998. 373 с.
3. Аристотель. Политика // Аристотель. Сочинения: В 4 т. М., 1983. Т. 4. с. 376-644.
4. Барт Р. Мифологии. М., 2000. 320 с.
5. Березин В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации. М., 2002. 183 с.
6. Ванина О.Н. Методы исследования стереотипа // Социология. 1997. №1. С. 15-32.
7. Ванина О.Н. Исследование феномена социального стереотипа: социально-психологический и социологический подходы. <http://sociologi.narod.ru/3.htm>
8. Воеводин А.И. Стратегемы – стратегии войны, манипуляции, обмана. М., 2002. 256 с.
9. Войтасик Л. Психология политической пропаганды. М., 1981. 278 с.
10. Герцштейн Р. Э. Война, которую выиграл Гитлер. Смоленск, 1996. 608 с.
11. Грачев Г.В., Мельник И.К. Манипулирование личностью. М., 2003. 384 с.

12. Грушин Б.А. Массовое сознание: Опыт определения и проблемы исследования. М., 1987. 368 с.
13. Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. М., 1994. 304 с.
14. Доценко Е. Л. Психология манипуляции. Феномены, механизмы и защита. СПб., 2003. 304 с.
15. Засурский И. Масс-медиа второй республики. М., 1999. 271 с.
16. Засурский И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы. М., 2001. 288 с.
17. Зудин А.Ю. Режим В. Путина: контуры новой политической системы // Общественные науки и современность. 2003. №2. С. 67-83.
- Ионин. Л.Г. Олигархи: в кавычках и без кавычек // Паппэ Я.Ш. «Олигархи»:
  18. Экономическая хроника, 1992-2000. М., 2000. С. 5-14.
  19. Каландаров К.Х. Управление общественным сознанием. Роль коммуникативных процессов. М., 1998. 80 с.
  20. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. М., 2002. 832 с.
  21. Конечкая В.П. Социология коммуникации. М., 1997. 302 с.
  22. Крысько В.Г. Секреты психологической войны. Минск, 1999. 448 с.
  23. Крыштановская О.В. Бизнес-элита и олигархи: итоги десятилетия. декабрь 2002. [http://www.hse.ru/journals/wrldross/vol02\\_4/kryshtanovskaya.pdf](http://www.hse.ru/journals/wrldross/vol02_4/kryshtanovskaya.pdf)
  24. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. М., 1997. 285 с.
  25. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. М., 1975. 304 с.
  26. Мамардашвили М.К. Мой опыт нетипичен. СПб., 2000. 400 с.
  27. Мельник Г. С. Mass Media: психологические процессы и эффекты. СПб., 1996. 159 с.
  28. Московичи С. Машина, творящая богов. М., 1998. 556 с.
  29. Московичи С. Век толп. М., 1996. 478 с.
  30. Мясникова Л. Российский менталитет и управление // Вопросы экономики, 2000, № 8. С. 38-44.
  31. «Новая Россия»: социальные и политические мифы. М., 1999. 171 с.

32. Одесский М. П., Фельдман Д.М. Поэтика террора и новая административная ментальность. М., 1997. 203 с.
33. Ортега-и-Гассет. Х. Восстание масс. М., 2001. 510 с.
34. Паппэ Я.Ш. «Олигархи»: Экономическая хроника, 1992 – 2000. М., 2000. 232 с.
35. Печатнов В.О. Уолтер Липпман и пути Америки. М., 1994. 333 с.
36. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М.; Киев, 2001. 656 с.
37. Почепцов Г. Г. Информационные войны. М.; Киев, 2000. 573 с.
38. Прибыловский В. Административная олигархия против олигархии финансовой. июль 2003. <http://www.cityline.ru/politika/raznoe/olig-adm.html>
39. Прибыловский В. Олигархи как явление российской действительности (из истории понятия, термина и явления). июль 2003. <http://www.cityline.ru/politika/raznoe/olig-ist.html>
40. Прибыловский В. Классики и словари об олигархах и олигархии. июль 2003. <http://www.cityline.ru/politika/raznoe/olig-dre.html>
41. Проблемы медиапсихологии. М., 2002. 158 с.
42. Ритцер Дж. Современные социологические теории. СПб., 2002. 688 с.
43. Российская элита: психологические портреты. М., 2000. 573 с.
44. Сергеечева В. Практикум манипулятора. Выбор слабых мест. СПб., 2002. 256 с.
45. Современная политическая мифология: содержание и механизмы функционирования. М., 1996. 95 .
46. Социальная психология в современном мире. М., 2002. 335 с.
47. Таранов П.С. Интриги, мошенничество, трюки. Симферополь, 1996. 576 с.
48. Узнадзе Д.Н. Теория установки. М., 1997. 448 с.
49. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. СПб., 2004. 397 с.
50. Фрейд З. Я и Оно: Сочинения. М., 1999. 1040 с.
51. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб., 2002. 445 с.
52. Хлебников П. Крестный отец Кремля Борис Березовский или История разграбления России. М., 2002. 384 с.



53. Цуладзе А.М. Политические манипуляции, или Покорение толпы. М., 1999. 144 с.
54. Цуладзе А. Политическая мифология. М., 2003. 384 с.
55. Шейнов В.П. Скрытое управление человеком. Минск, 2003. 848 с.
56. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М., 1980. 324 с.
57. Шихирев П.Н. Современная социальная психология в Западной Европе. М., 1985. 176 с.
58. Юнг К.Г. Психологические типы. Минск, 1998. 656 с.
59. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2001. 596 с.
60. Lippmann W. The Good Society. Boston, 1937. 402 p.
61. Lippmann W. Public Opinion. N.Y., 1922. 245 p.

### **III. Справочные издания:**

1. Большой российский энциклопедический словарь. М., 2003. 1888 с.
2. Большой толковый социологический словарь (Collins). М., 1999. Т.1. 544 с.
3. Глоссарий.ру. <http://www.glossary.ru/>
4. Гусейнов Г.Ч. Д.С.П.: Материалы к Русскому Словарю общественно-политического языка конца XX века. М., 2003. 1024с.
5. Политика: Толковый словарь М., 2001. 768 с.
6. Политическая энциклопедия. М., 1999. Т.2. 701 с.
7. Психоаналитический словарь. <http://www.i-u.ru/biblio/dict.aspx#find>
8. Пугачёв В. П. Политология: Справочник студента. М., 2001. 354 с.
9. Словарь иностранных слов. М., 1990. 624 с.
10. Словарь современного русского литературного языка. М.; Л., 1979. Т.8. 1043 с.
11. Словарь-справочник по политологии. <http://www.i-u.ru/biblio/dict.aspx#find>
12. Современный толковый словарь русского языка. СПб., 2002. 960 с.
13. Современный энциклопедический словарь. <http://mega.km.ru/Megabook2/>  
Социологический словарь. <http://www.i-u.ru/biblio/dict.aspx#find>

14. Философский энциклопедический словарь. М., 1983. 847 с.
15. Энциклопедический социологический словарь М., 1995. 939 с.
16. The Encyclopedia Americana (International edition). 1969. Vol.20. 874 p.
17. The New Encyclopedia Britannica. 1993. Vol.8. 1044 p.
18. The New Encyclopedia Britannica. 2004. <http://www.britannica.com/>

## Приложение 1

### Сведения о массиве текстовых версий радиоэфиров «Эха Москвы» в период с 1997 по 2003 гг.

Общее число документов (расшифровок радиопередач) с 1997 по 2003 гг. – 7.908.

Отобрано документов с упоминанием термина «олигарх» - 735.

Отбор документов из общего массива с упоминанием термина «олигарх» проводился с помощью программы «Ищейка» (The Sleuthhound! Pro, версия 4.4.1) по поиску в текстах радиопередач однокоренных «олигарху» слов. Формат запроса – «олиг\*».

Соотношение общего числа доступных документов к документам с упоминанием слова «олигарх» («олигархия») по годам:

Год	Общее число	С упоминанием термина
1997	68	1
1998	274	98
1999	910	44
2000	1823	184
2001	1946	95
2002	1319	88
2003	1568	302