



DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2023.4.6>

UDC 172.1
LBC 87.66

Submitted: 18.06.2023
Accepted: 16.11.2023

MEDIA MANIPULATION: A CRITICAL APPROACH

Andrey M. Druzhinin

Academy of Media Industry, Moscow, Russian Federation

Abstract. This article provides a critical analysis of the phenomenon of media manipulation in the context of the philosophy of Herbert Marcuse. The works of the philosopher reveal in detail the essence of manipulation as a way of introducing imposed standards of consumption into the minds of individuals. This way of managing society in a market economy is aimed at the hidden enslavement of citizens as well as increasing the profits of the ruling class. According to H. Marcuse, the main task of the media in bourgeois society is the formation of false needs, prerequisites for the purchase of goods. As practice shows, in the conditions of the information society and the increasing influence of new media, this interpretation of manipulation remains relevant. New forms of destructive audience control (consumers, voters) are currently being used on social networks. They mimic various community initiatives that are identified through critiques of reports and fact-checking. Based on modern material, the article shows some of the characteristic features of manipulative influence. New forms of employment – freelancing and play work – are considered manipulative constructs aimed at increasing the exploitation of individuals. Such forms of employment are widespread in the modern media industry. The penetration of the phenomenon under consideration into all spheres of human life allows us to speak about the total nature of the manipulative world order. Based on the analysis performed in the article, we can conclude that H. Marcuse’s conceptual apparatus still applies. Some modern followers of his philosophical views successfully use critical theory as a way to explain various events and social processes. A critical assessment of the various manifestations of a one-dimensional society in the future serves as the basis for overcoming various destructive practices. The article emphasizes that a critical analysis of manipulative influence is connected with the ethical side of the work of mass media. The idea of morally acceptable forms and practices of mass communications today is one of the most common topics in scientific, scientific-practical, and industry literature on the ethics of journalistic creativity.

Key words: manipulation, media, mass communications, Marcuse, one-dimensional society, power, exploitation.

Citation. Druzhinin A.M. Media Manipulation: A Critical Approach. *Logos et Praxis*, 2023, vol. 22, no. 4, pp. 55-66. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2023.4.6>

УДК 172.1
ББК 87.66

Дата поступления статьи: 18.06.2023
Дата принятия статьи: 16.11.2023

МЕДИАМАНИПУЛЯЦИИ: КРИТИЧЕСКИЙ ПОДХОД

Андрей Михайлович Дружинин

Академия медиаиндустрии, г. Москва, Российская Федерация

Аннотация. В данной статье проведен критический анализ явления медиаманипуляции в контексте философии Герберта Маркузе. Работы философа подробно раскрывают сущность манипуляции как способа внедрения в сознание индивидуумов навязанных стандартов потребления. Этот способ управления обществом в условиях рыночной экономики направлен на скрытое порабощение граждан, а также на увеличение прибыли господствующего класса. По мнению Г. Маркузе, основная задача СМИ в буржуазном обществе – формирование ложных потребностей, предпосылок для покупки товара. Как показывает практика, в условиях информационного общества и усиления влияния новых медиа данная трактовка манипуляции сохраняет свою актуальность. Новые формы деструктивного управления аудиторией (потребителями, избирателями) в настоящее время применяются в социальных сетях. Они имитируют различные общественные инициативы, которые выявляются в ходе критического анализа сообщений и проверки фактов. На современном материале в статье показаны некоторые характерные черты манипулятивного воздействия. Новые формы трудовой

занятости: фриланс, игровой труд рассмотрены как манипулятивные конструкты, направленные на усиление эксплуатации индивидов. Такие формы занятости широко распространены в современной медиаиндустрии. Проникновение рассматриваемого явления во все сферы жизнедеятельности человека позволяет говорить о тотальном характере манипулятивного мироустройства. Проведенный в статье анализ позволяет говорить, что понятийный аппарат, разработанный Г. Маркузе, не потерял своей актуальности. Некоторые современные последователи его философских взглядов успешно применяют критическую теорию в качестве способа объяснения различных событий и социальных процессов. Критическая оценка различных проявлений одномерного общества в перспективе служит основой для преодоления различных деструктивных практик. В статье подчеркивается, что критический анализ манипулятивного воздействия связан с этической стороной работы средств массовой коммуникации. Идея нравственно приемлемых форм и практик массовых коммуникаций сегодня – одна из весьма распространенных тем в научной, научно-практической и отраслевой литературе об этике журналистского творчества.

Ключевые слова: манипуляция, медиа, массовые коммуникации, Маркузе, одномерное общество, власть, эксплуатация.

Цитирование. Дружинин А. М. Медиа манипуляции: критический подход // *Logos et Praxis*. – 2023. – Т. 22, № 4. – С. 55–66. – DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2023.4.6>

В настоящее время медиаисследования концентрируются по большей части в рамках эмпирических методологий, инструменты которых предоставляют обширный материал для реализации различных прикладных маркетинговых и/или политтехнологических задач. Однако критические подходы и в настоящее время остаются значимым сегментом в изучении массовых коммуникаций. Ценностное измерение социальных процессов и, в частности, динамика изменения медиа во всех их проявлениях как новых, так и традиционных может быть проведено на базе философского осмысления данных феноменов в текстах Герберта Маркузе. В ряде своих работ он провел скрупулезный анализ происхождения явления манипуляции, ее экономического смысла. Если формулировать максимально лаконично, то, с точки зрения неомарксистского подхода, медиа манипуляции – это тщательно скрывающаяся, неясная темная сторона рыночной экономики. К этой мысли приводит вся логика рассуждений по поводу явления манипуляции в книгах Г. Маркузе «Эрос и цивилизация», «Одномерный человек», «Критическая теория общества» и других.

В своем анализе Маркузе обращает внимание на иррациональность индустриальной цивилизации, которая, как это ни парадоксально, достигается рациональными способами. Неумеренное потребление, лишенное всякого разумного обоснования, совершенствуется рациональными, продуманными до мелочей маркетинговыми стратегиями, но в своей сути несет стремление к разрушению, трансформируя окружающий мир. Ненасильственные формы кон-

троля над обществом путем навязанных, ложных потребностей в индустриальном мире, который наблюдал Г. Маркузе, представляются господствующим классом как всеобщее благо, а противостояние таким практикам как иррациональные, маргинальные явления. Социальная система современности в результате построена на постоянном обновлении производимых товаров и услуг, становится набором предписаний, до мелочей регламентирующих жизнь человека. Главным обещанием одномерного общества, по его мнению, «является еще более комфортабельная жизнь для все большего числа людей, которые, строго говоря, и не способны вообразить себе иной универсум дискурса и поступка, поскольку сдерживание и манипулирование подрывными усилиями и элементами воображения стали составной частью данного общества» [Маркузе 1994, 32]. Последовательной критике автор «Одномерного человека» подвергает и политическую систему современной демократии, так как свободные выборы по его мнению, не только не исключают противоположности в интересах господ и рабов, но и усиливают этот антагонизм, фиксируя подчиненное положение большинства, используя товары и услуги в качестве инструмента порабощения: «Продукты обладают внушающей и манипулирующей силой; они распространяют ложное сознание, снабженное иммунитетом против собственной ложности» [Маркузе 1994, 16]. Стремясь следовать образцам, навязанным рекламой, индивид погружается в жизнь, наполненную страхами потерять обретенные тяжелым трудом вещи и свя-

занный с ними статус. Большая часть товаров и услуг, таким образом, становятся конкретизированной формой социального контроля.

С точки зрения современных последователей Г. Маркузе – авторов сборника статей «Великий отказ: Г. Маркузе и современные социальные движения», главная задача творчества Маркузе – это борьба за свободу [Davis et al. 2017]. Помимо ярких конфликтных ситуаций авторы книги подробно анализируют и современное состояние западного социума, находящегося в ситуации «удобной демократической несвободы», буржуазную культуру, практики принуждения к толерантности. В работе ведется поиск альтернативы одномерному капиталистическому обществу, обсуждается многомерное диалектическое мышление как продолжение философской традиции Гегеля, ведется дискуссия с «ортодоксальным марксизмом». Современное состояние западных обществ, с позиции авторов работы, это затянувшаяся Великая депрессия, лишь внешне похожая на общество благоденствия, что в конечном счете и объясняет, по их мнению, электоральный успех левых политических партий в начале 2010-х годов. Таким образом, интеллектуальный поиск в рамках философии Маркузе в настоящее время – это живой исследовательский процесс, основанный на предложенной им критической теории, репрезентирующий новые явления в контексте критического подхода.

Современная медиаиндустрия и сейчас во многом соответствует тем формам нематериального производства, которые Г. Маркузе называл паразитическими и отчужденными. Приспосабливаясь к жестким условиям рыночной экономики, производители медиаконтента ориентированы, прежде всего, на извлечение прибыли. Одновременно задачи по поддержанию социально-демократических ценностей и достижения общественного блага уходят на второй план перед необходимостью быстро адаптироваться под условия активно трансформирующейся ситуации в сфере массовых коммуникаций.

Критика новых медиа: идеи и смыслы в товарообороте

Возможно и сегодня следует задать вопрос, освобождается ли человек в постиндуст-

риальном обществе от рабского положения? Становится ли существование индивида в информационном обществе более «многомерным»? Как и полвека назад попытка ответа на эти вопросы в русле критической теории Г. Маркузе дает не так много поводов для оптимизма. Появляются новые способы усиления давления на пользователя Интернета и возникших на его основе социальных сетей. Так, например, в результате манипулирования различными группами давления, преследующих собственные узкокорыстные интересы, создаются условия, при которых основная часть общества уже не способна вообразить другие формы достижения удовлетворенного состояния, будучи закапсулированным в искусственно созданном информационном пузыре [Быков 2020; Володенков 2021].

Многочисленные дискуссии по общезначимым темам дают богатый материал для анализа современных медиаманипуляций. Так, например, идеи Г. Маркузе о неумеренном потреблении в наши дни типологически близки скептикам, которые в публичном информационном пространстве все чаще обращают внимание на разрушительность так называемой зеленой энергетики, когда в ходе изготовления высокотехнологичных источников электричества требуется производство также приносящее значительный экологический ущерб. Действительно, «экологизм» – весьма привлекательная «упаковка» для возникновения новых видов товаров и услуг, которые прежде не были характерны в качестве объекта массового потребления. Мрачные прогнозы Г. Маркузе о том, что любые высокие идеи в обществе потребления и навязанных индивидам потребностей становятся товаром, подкрепляются все новыми практиками.

В современных исследованиях деструктивный экологизм получил название «зеленый камуфляж» или «гринвошинг». В экологической этике гринвошинг является злоупотреблением служебным положением частного или государственного субъекта, стремящегося казаться более зеленым, более устойчивым или экологически безопасным, чем он есть на самом деле [Громова 2022; Силиник 2023; Куц 2017]. Получили широкое распространение и цифровые формы гринвошинга.

Следует отметить, что этические нормы медиатехнологий не связаны напрямую со

смыслами транслируемых сообщений. Ширмой для решения маркетинговых или политехнологических задач, получения прибыли помимо экологической проблематики может стать любая социально значимая тема: борьба с бедностью, вопросы здравоохранения, благотворительность, гендерное равенство, искоренение расовых предрассудков. Субъекты, использующие гринвошинг или любую другую социально значимую проблематику, распространяют необоснованные заявления или демонстрируют поверхностные и неэффективные действия, направленные исключительно на повышение собственной узнаваемости в обществе, цитируемости сообщений. Это одна из разновидностей популизма, то есть весьма разрушительное коммуникативное явление, отдаляющее общество от достижения социальных благ или общественного согласия.

Неэтичный «зеленый» контент – это одна из форм манипуляции и дезинформации. Она реализуется за счет того, что тратится лишь часть ресурсов, которые потребуются для решения социально-экономических проблем, которые они якобы решают. Субъекты гринвошинга концентрируются исключительно на маркетинге, рекламе или других видах деятельности по связям с общественностью (например, на спонсорстве), включая создание консультативных групп, которые могут быть бессильны или недостаточно критичны. Незначительные инновации, поданные под видом зеленого или зоозащитного активизма, могут быть использованы и в качестве инструмента в предвыборной борьбе.

Гринвошинг как форма популизма отвлекает получателя сообщения, то есть общественность, от любой негативной информации. Конечный бенефициар – владельцы определенного бизнеса, акционеры или заинтересованные стороны. Он может скрывать, камуфлировать любой факт или ситуацию, которую заказчик сообщения желает оставить без изменений, или направлен на получение конкурентных преимуществ в существующей социально-экономической среде.

Анализ различных коммуникативных событий при помощи алгоритмов искусственного интеллекта в будущем позволил бы гражданам проводить проверку товаров, услуг, а возможно предвыборных программ с целью выявления различных форм обмана. Искус-

ственный интеллект мог бы работать на повышение прозрачности в понимании истинных характеристик всего, что появляется в информационном пространстве. Появление таких инструментов может быть связано с системной сертификации, а также с институтом личной и организационной репутации. Впрочем, на сегодняшний момент реальные кейсы лишь подтверждают правоту Г. Маркузе. Так, например, в 2023 г. студент РГГУ, публично признавшийся в фальсификации дипломной работы при помощи нейросети, вместо общественного порицания получил должность в крупнейшей российской торговой сети, что лишний раз в довольно символической форме подтверждает самые худшие опасения в отношении рыночных механизмов регулирования социальных отношений.

Стратегии манипуляции ради достижения скрытых иррациональных задач становятся все более продуманными и технологически выверенными. В современных условиях они реализуются с применением технологий искусственного интеллекта и больших данных. В результате наиболее массовыми становятся манипуляции, основанные на информации, собранной в социальных сетях, что уже неоднократно становилось предметом публичных обвинений в адрес владельцев подобных интернет-ресурсов [Srinivasan 2019; Lipschultz 2019].

Один из самых ходовых товаров постиндустриального общества – это подспудное стремление обрести душевный комфорт и в результате упаковкой для продаж становится идея отшельничества, бегства от цивилизации, на этой идее успешно зарабатывают многочисленные блогеры в социальных сетях, собирая многомиллионные просмотры и донаты. Таким образом, индивидуальный бунт против навязанных капиталистическим обществом ценностей становится весьма ходовым товаром и нередко поглощается маркетинговыми стратегиями, предлагающими, к примеру, наборы для выживания в дикой природе, курсы по правильному поведению в условиях техногенной катастрофы и пр.

Подтверждение этой идеи можно увидеть в распространенности различных форм фриланса и настойчивого формирования привлекательности временной, «проектной» занятости в сфере медиа, рекламы, PR, IT-индус-

трии и в других смежных творческих отраслях. Помимо явных свобод такая форма занятости в условиях постиндустриального общества несет в себе комплекс проблем, на которые указывают исследователи прекариата: удлинение трудового дня, отсутствие социальных гарантий, высокие риски прекария потерять возможность к заработку, самозэксплуатация, отсутствие социальных лифтов и пр. [Анисимов 2021; Гаршин 2019]. В таких условиях объективно отчужденный труд получает новую «обертку» свободного творчества. Прямое внешнее насилие со стороны господствующего класса в отношении прекариев уже не применяется, границы между рабочим и свободным временем размываются.

Новые медиа сформировали специфическую форму занятости – игровой труд, который происходит в виртуальном пространстве посредством мобильных гаджетов. Игровой труд нерегулярен, однако создает новые объекты, при этом усилия пользователя постоянно накапливаются, создается впечатляющий массив данных, который отчуждается в пользу владельца того или иного «социального» сервиса. Создание условий, при которых пользователь без видимого давления, принуждения или насилия будет выполнять определенную работу бесплатно, полагая, что это лишь игра, добровольное творчество, составляет значительную часть цифровизированного рынка, а отдельные PR-проекты, вовлекающие пользователей в такую игру, становятся востребованной услугой на рынке. Онлайн-марафоны, конкурсы, всевозможные розыгрыши призов и подарков от «спонсоров», – все это в контексте критической теории Г.Маркузе является элементами капиталистического Интернета, где цель всех усилий – извлечение прибыли, а не коммуникация между индивидами.

Диалектический подход Маркузе хорошо подходит для того, чтобы стать одной из методологических основ критической теории Интернета, цифровых технологий и социальных сетей. По мнению К.Фукса, несмотря на то что Web 2.0 является средством обмена, общения, сообщества и сотрудничества, в то же время новые медиа погружены в товарную логику капитализма и, следовательно, отражают индивидуальную частную собственность, индивидуализм, способы эксплу-

атации и господства. Капиталистические классовые отношения ограничивают общественную значимость социальных медиа как средства информационного производства. К. Фукс подробно анализирует ряд факторов обновленных способов коммуникации в социуме: компьютерные технологии, труд, новые виды идеологии и завершает свой анализ разбором противоречивой сущности социальных сетей.

Характерно, что, базирясь на философии Г. Маркузе, К. Фукс выстраивает последовательный критический анализ современных средств коммуникации – соцсетей [Fuchs 2016]. Производство персонализированной рекламы в форме рекомендаций каждому конкретному пользователю социальной сети можно рассматривать как труд, направленный на извлечение прибыли, а функционирование социальной сети становится одной из форм эксплуатации в системе классовых отношений. Исследователь подчеркивает, что антиавторитарные ценности левых движений эпохи позднего модерна (автономия, спонтанность, мобильность, творчество, сетевая работа, открытость, множественность, неформальность, аутентичность, эмансипация) интернет-капитализму или «сетевому» капитализму удалось переподчинить своим задачам. Игровой труд – это новая идеология капитализма: объективно отчужденный труд представляется как творчество, свобода и автономия, доставляющая удовольствие рабочим. Идея о том, что рабочие должны развлекаться и любить свое объективное отчуждение, стала новой идеологической стратегией теории капитала и управления. В результате с использованием Интернета, социальных сетей и новых медиа эксплуатация пользователей трансформировалась в новые технологические формы. «Добровольные» медиаактивисты производят прибавочную стоимость для господствующего класса, находясь в неведении по поводу результата своей работы.

Разбирая особенности диалектического подхода Маркузе, Фукс обращает внимание на некоторые аспекты, которые отличают его философию от объективно детерминистского подхода К. Маркса. Противоречия капитализма неизбежно порождают кризисы и основаны на классовых отношениях, убежден автор, однако преодоление (снятие) этих противоре-

чий и последующая реализация субъекта связана с необходимостью и возможностью, создаваемой свободной деятельностью людей, которые реализуют возможности в конкретную реальность. То есть в центре внимания Маркузе субъект, который способен проявлять волю к освобождению, кооперироваться в общественные и политические движения для достижения этой цели. Деятельный субъект Маркузе, обретая многомерность, способен использовать социальные сети, новые медиа и современные способы горизонтальной коммуникации, способен прообразовывать общество. Поэтому в системе критического подхода Маркузе социальные медиа вполне можно рассматривать в качестве одного из инструментов снятия некоторых противоречий капиталистического общества.

Инструментарий манипуляции: язык, политика, наука, искусство

В современных работах, исследующих манипулятивные коммуникации, очень подробно изучены языковые приемы, взятые на вооружение субъектами манипуляции. Обращает на эти характеристики внимание и Г. Маркузе. По его наблюдениям, частые повторения тех или иных клише способствуют возникновению устойчивых ассоциаций. Жертвами шаблонных образов становится публика, а современные СМИ определяют скорость внедрения в массовое сознание готовых оценок и мнений. Подобные суждения несут в себе высокий суггестивный потенциал, принимают форму приказов и предписаний, вводят аудиторию в сомнамбулическое состояние. Г. Маркузе выделяет особую роль аббревиатур в тоталитарном языке. Закодированное в сокращении значение уже не обладает познавательной ценностью, лишь обозначая неоспоримый факт, утвержденный в официальном дискурсе.

Язык, выполняющий манипулятивные задачи, отсекает аудиторию от понятийного мышления и препятствует разделению в сознании индивида вещи и ее функции. Печальную судьбу политических терминов в таком языке показывает Маркузе на примерах из западного мира, где определения социализм или коммунизм более похожи на ярлыки, чем на понятия. «Язык изъясняется посредством

конструкций, навязывающих реципиенту искаженный и урезанный смысл, и преграждает путь развитию смысла, заставляя принять только предложенное и именно в предложенной форме» [Маркузе 1994, 118]. Манипулятивный язык не оставляет места для дискурса и скорее похож на приговор; это даже в демократическом мире лишает его первоначальных оснований. Такой язык – это закрытая система, его используют власти предрешающие в любых странах с любым политическим устройством и формами собственности на средства производства. Язык манипуляций формируется средствами массовой информации, он выполняет предписывающую задачу, обеспечивает идеологическую целостность одномерного общества. Ложь повсеместно выдается за истину, купируются всякие попытки показать многомерность того или иного явления. Как и в случае с навязанными потребностями тоталитарный язык использует рационально выведенные специалистами способы обеспечения иррациональных задач подавления и контроля.

Сегодня рассматривая идеи Маркузе о языковой манипуляции, следует критически оценивать попытки некоторых исследователей легитимизировать манипулятивные технологии, т.к. сфера массовых коммуникаций в настоящее время практически неотделима от манипулятивных приемов [Арефьева 2013; Нуриджанов 2013; Фролова 2018]. Отдельные исследователи допускают использование манипулятивных коммуникаций в управлении общественными процессами. В противовес критическому, философско-гуманитарному подходу «инженерный» подход к управлению социальными процессами рассматривают человека как механистический объект управляющих сигналов, для получения желаемой реакции которого допустимо применение «приемлемой» манипуляции.

К сожалению, технологии подмены и нарушения логики проникли и в социальные, и гуманитарные науки. Четкая демаркация между коммуникацией и манипуляцией стирается под давлением эмпирического подхода к рассмотрению социального факта. Исключение ценностного подхода, критического анализа эмпирических данных создает условия к принятию их как данности. Лингвистические исследования,

как и прежде, изучают речевые инструменты манипулирования и отчасти способствуют распространению специфического манипулятивного знания [Диманте 2015]. Создаются и учебные пособия по речевому манипулированию [Иссерс 2009; Копина 2008], что следует признать, следуя философии Г. Маркузе, рациональным обоснованием иррациональных и деструктивных побуждений отдельных акторов в процессе межличностных и массовых коммуникаций. Представляется, что подобный подход актуализирует проблему моральной ответственности ученого.

Многие исследователи, тем не менее, поддерживают критическую традицию в отношении манипулятивных коммуникаций, признавая это явление как злонамеренное нарушение фундаментальных прав и свобод человека. Данный феномен определяется как форма анонимного, ненасильственного господства [Князева 2010], психологическое воздействие, направленное на «побуждение нужного манипулятору действия» [Пую 2008], связанное с «отсутствием свободного волеизъявления индивида» [Черникова 2015].

Следует подчеркнуть, что упоминая общественную функцию рекламы и различных информационных служб, Г. Маркузе называет их паразитическими и отчужденными формами производства: «Для эффективности такого производства, обеспечивающего социально необходимое избыточное потребление, требуется непрерывная рационализация, то есть безжалостная эксплуатация развитой науки и техники. Вот почему с преодолением определенного уровня отсталости повышение жизненного стандарта становится побочным продуктом политических манипуляций над индустриальным обществом» [Маркузе 1994, 64].

Результат этого процесса – мягкое и незаметное усиление власти господствующего класса над людьми. СМИ создают ложные потребности и предпосылки для покупки товара. Уже в индустриальном обществе доля этих расходов в конечной стоимости товара уже достигала значительной доли, а с усилением трендов информационного общества и вовсе становится основным элементом добавленной стоимости.

Такая ситуация возможна, согласно Маркузе лишь в условиях избыточного потребле-

ния, которое достигается рациональными способами путем эксплуатации достижений научно-технического прогресса. Производительность труда возрастает, а прибавочный продукт создает условия для роста потребления. Индивид-потребитель в результате легко отказывается от свобод самостоятельно, так как его несвобода комфортна и окружена вещами, необходимыми ему для соответствия навязанным образцам поведения.

Внешнеполитические коллизии автор «Одномерного человека» также рассматривает в контексте идеи отказа от личностной автономии в пользу социально одобряемых образцов интерпретации тех или иных событий. Во времена Маркузе государства жили в двуполярной ситуации жесткого соперничества «коммунистической» (плановой) и «демократической» (рыночной) форм общественного устройства. Каждая из них формировала образ врага. Внутри систем образ врага становился сильнейшим способом стимуляции производительных сил. Обороняющееся общество, по мнению Г. Маркузе, еще больше подвержено ложным потребностям, так как конфликт между рабами и хозяевами внутри системы переносится на внешний раздражитель: «Одуроченные нацией, одуроченные классом, страдающие массы повсеместно вовлекаются в обостряющийся конфликт, в котором их единственными врагами являются хозяева, со знанием дела использующие мистификации промышленности и власти» [Маркузе 1994, 71].

Независимо от формы политического устройства, по мысли Г. Маркузе, в обществе уже не стоит так остро вопрос антагонизма культуры, ее самых лучших образцов, и социальной действительности. Высокое искусство и ширпотреб успешно встраиваются в систему производства новых товаров и услуг [Маркузе 2011]. Автор пишет об угасании, а затем и полном исчезновении двухмерной культуры, где уже нет высокого и низкого. И то и другое является элементами товаропроизводства, включая свободный творческий поиск, который впоследствии хорошо продается, так как обладает одной из ключевых характеристик востребованного товара – новизной. Одновременно реклама, не претендуя на правдивость, так или иначе оказывает влияние на покупательский спрос. Люди увлека-

ются и прислушиваются к тому, что им предлагают СМИ, сообщения которых становятся их мировоззренческой составляющей. Авторы публикаций в СМИ зачастую мастерски смешивают в одном информационном продукте рекламу, политику, искусство, философию и просвещение. Они делают такой товар еще более востребованным в той мере, в какой соответствует одномерности потребителя. В результате востребованными становятся те произведения искусства, которые успешно вписываются в актуальную повестку дня, а искусство как явление потеряло, согласно Маркузе, свою силу и существует лишь в той части, в какой способно быть элементом повседневности. Высокая культура, искусство, делает печальный вывод автор, уже неспособны вызвать и даже поддержать бунт против существующего порядка вещей, оно создает лишь иллюзию плюрализма, скрывая новые формы тоталитарного контроля над обществом.

Технический прогресс, по Г. Маркузе, создал предпосылки для отчуждения высокой художественной культуры, как только самые лучшие произведения человеческого духа стали доступны при включении радиоприемника или телевизора. «Новизна сегодняшней ситуации, – полагает Г. Маркузе, – заключается в сглаживании антагонизма между культурой и социальной действительностью путем отторжения оппозиционных, чуждых и трансцендентных элементов в высокой культуре, благодаря которым она создавала иное измерение реальности. Ликвидация двухмерной культуры происходит не посредством отрицания и отбрасывания “культурных ценностей”, но посредством их полного встраивания в утвердившийся порядок и массового воспроизводства и демонстрации» [Маркузе 1994, 73].

С момента возникновения «глобальной деревни» культура стала элементом тотального товарооборота, инструментом управления обществом. Восприняв и переработав культурные формы, средства массовой информации далеки от способности передавать трансцендентное содержание, в сообщениях медиа язык приобретает овеществленные выражения. Маркузе пишет о ликвидации высокого искусства, как о свершившемся факте, который был подготовлен индустриальным

прорывом и выходом значительной части общества из нищеты. В результате приближения культуры к обывателю, она поглощается одномерным обществом, как и любой другой доступный товар или услуга.

Как полагает автор, сублимация, непримиримость с устоявшимся порядком вещей, характерные для искусства в доиндустриальную эпоху, уже в прошлом. Воспринимая культурные образы, сегодня общество находит им утилитарное применение и обесценивает, подобно тому, как любой хорошо смонтированный рекламный ролик может быть построен в форме предельно сжатого по времени драматического произведения, имея своей целью не нравственное развитие аудитории, а только лишь увеличение продаж. Происходит десублимация высокого под напором общества, стремящегося к удовлетворению потребностей по заранее подготовленным образцам, действующего сплоченно, в соответствии с навязанными извне и ставшими внутренними побуждениями.

Индустриальная цивилизация также создала и условия для эксплуатации человеческой сексуальности [Маркузе 2003]. Независимо от качества выполняемой работы более высокой рыночной стоимостью в индустриальном обществе обладают люди с приятной внешностью, и этот товар стал распространенным лишь после того, как средства гигиены и возможность избавиться от изнурительного физического труда стали доступными для многих. Приводя свою внешность в соответствие с готовыми лекалами, транслируемыми средствами массовой информации, люди становятся все более зависимыми от внешних требований одномерного общества. По мнению Г. Маркузе, такое общество делает источником эксплуатации все к чему прикасается.

Если придерживаться критического подхода к явлению манипуляции, то следует помнить, что в ходе практической реализации манипулятивная коммуникация заменяет субъект-субъектное взаимодействие на субъект-объектное. Один или несколько индивидов в результате манипулятивного воздействия становятся пассивным объектом управления, подобно тому, как в римском праве определялся раб – говорящее орудие. Такой вид управленческих коммуникаций следу-

ет признать деструктивной формой социального взаимодействия.

Идеи критического анализа медиа и стремление к признанию личностной автономии, возможно, выступают как один из источников возникновения идеи гражданской журналистики и независимого блогинга как более прогрессивного и ценностно ориентированного подхода к массовым коммуникациям по сравнению с рекламой или пропагандой.

Сегодня мир вступил в тяжелейший период гибридных войн, использования мягкой силы как инструмента внешнеполитического давления и внутривнутриполитического искоренения инакомыслия. В ход идут все наработанные десятилетиями методики уничтожения внешнего и внутреннего противника путем воздействия на его сознание. В этих условиях не лишне будет помнить, что у массовых коммуникаций есть и светлая сторона.

В современных условиях поиск ресурсов для освобождения от манипулятивной власти при помощи цифровых технологий находится в столкновении с жесткими технологиями скрытого, деструктивного управления, которые нередко называют макиавеллизмом, расширяя данный политологический термин до любых аморальных способов коммуникации с широкой аудиторией. Идея поиска «нетоксичных», нравственно приемлемых форм и практик массовых коммуникаций сегодня – одна из весьма распространенных новелл в научной, научно-практической и отраслевой литературе об этике журналистского творчества, PR, медиакоммуникаций в целом. Идет постоянная работа по уточнению и разработке этических кодексов для профессионалов медиаотрасли, что, несомненно, дает основания для сдержанного оптимизма по поводу будущего индустрии медиа в контексте снижения уровня эксплуатации в обществе.

Заключение

Тексты Г. Маркузе в отношении манипулятивных коммуникаций раскрывают идеи столь популярные в современном исследовательском дискурсе. Многие лингвистические направления сконцентрированы на выявлении технологий построения манипулятивного общения. Критический анализ манипулятив-

ного воздействия на сегодняшний день связан с этической стороной работы средств массовой коммуникации. Однако характеристики манипулятивного одномерного общества, критикуемые Г. Маркузе, оказали существенное влияние на интеллектуальные основы многих общественно-политических движений, а также на специфику их продвижения в информационном пространстве.

Критическая теория Г. Маркузе предлагает для осмысления весьма любопытную трактовку сущности манипулятивных коммуникаций, которая, несомненно, отражает ключевые характеристики данного явления в контексте неомарксистского подхода. По его мнению, это явление неразрывно связано с экономическими интересами господствующего класса и основной части обывателей. В индустриальном обществе манипулятивные коммуникации являются проводником навязываемых обществу форм потребления товаров и услуг. Рыночная экономика, чтобы поддерживать уровень индустриального развития, вынуждена формировать у индивидуумов новые потребности для поддержки доходов элит. Манипулируемый индивид (одномерный человек) воспринимает навязанные ему нормы, модели комфортной жизни, отказываясь от собственной свободы. Материалистическое истолкование явления манипуляции вызывает к жизни социальные практики «отказа» от общепринятых норм и правил, избавления от ложных потребностей и, тем самым, предлагает выход за пределы зоны «поражения» деструктивного воздействия. Некоторые практики социального протеста основаны на подобном понимании современного общества, ряд субкультур пытаются на практике продемонстрировать альтернативные модели развития общества.

Как полагает Маркузе, инструментами манипуляции в результате отчуждения становятся и различные сферы духовной деятельности человека: искусство, культура, язык, образование. Последователи его критической теории анализируют различные медиа явления, обнаруживают, что понятийный аппарат, разработанный автором, адекватен многим современным сферам социальной жизни, включая виртуальное взаимодействие между пользователями Интернет. Основной урок

Г. Маркузе – это попытка выхода в практическую плоскость, поиск вариантов преодоления сложившейся системы одномерного социума, что существенно обогащает спектр социально-политического применения мягких, этически приемлемых разновидностей коммуникативной индустрии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Анисимов 2021 – *Анисимов Р.И.* Прекариат – как новый социальный класс в контексте марксистской теории // Социологический журнал. 2021. Т. 27, № 1. С. 10–27. DOI: 10.19181/socjour.2021.27.1.7842

Арефьева 2013 – *Арефьева Н.С.* Манипулятивные стратегии в профессиональной деятельности менеджеров // Инновации и инвестиции. 2013. № 8. С. 99–101.

Быков 2020 – *Быков И.А.* Искусственный интеллект как источник политических суждений // Журнал политических исследований. 2020. Т. 4, № 2. С. 23–33. DOI: 10.12737/2587-6295-2020-23-33

Володенков 2021 – *Володенков С.В.* Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления: навстречу цифровому обществу. М.: Проспект, 2021.

Гаршин 2019 – *Гаршин Н.А.* Проблема феномена прекариата: методологический и социальный аспекты // Философия и культура. 2019. № 7. С. 17–22. DOI: 10.7256/2454-0757.2019.7.30253

Громова 2022 – *Громова Е.Б.* Гринвошинг как современный манипулятивный подход в медиатекстах // Медиа в современном мире. 61-е Петербургские чтения: ст. участников ежегод. апр. науч. форума, Санкт-Петербург, 21–22 апр. 2022 года. Т. 1. СПб.: Медиапапир, 2022. С. 15–16.

Диманте 2015 – *Диманте И.В.* Инструментарий профессионального коммуникатора (приемы речевого воздействия) // Коммуникативные исследования. 2015 № 4 (6). С. 52–64.

Иссерс 2009 – *Иссерс О.С.* Речевое воздействие: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью». М.: Флинта: Наука, 2009.

Копнина 2008 – *Копнина Г.А.* Речевое манипулирование: учеб. пособие. М.: Флинта, 2008.

Князева 2010 – *Князева И.В.* Историческая эволюция форм манипуляции общественным сознанием // Научные ведомости БелГУ. Серия: Философия. Социология. Право. 2010. № 14. С. 220–225.

Куц 2017 – *Куц Ю.А.* Эко-маркетинг: гринвошинг как негативный фактор развития современ-

ной экономики или растущая опухоль современного рынка // Российская наука и образование сегодня: проблемы и перспективы. 2017. № 2 (15). С. 35–37.

Маркузе 1994 – *Маркузе Г.* Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества. М., 1994.

Маркузе 2003 – *Маркузе Г.* Эрос и цивилизация. М.: АСТ, 2003.

Маркузе 2011 – *Маркузе Г.* Критическая теория общества: избранные работы по философии и социальной критике. М.: АСТ, 2011.

Нуриджанов 2013 – *Нуриджанов А.Э.* Технологии манипуляции в системе управления персоналом современных бизнес-организаций России (на примере республики Башкортостан) // Вестник Челябинского государственного университета. Философия. Социология. Культурология. 2013. № 33 (324), вып. 30. С. 108–111.

Пую 2008 – *Пую Ю.В.* Истоки и генезис феномена манипулирования // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2008. № 72. С. 15–25.

Силиник 2023 – *Силиник Е.С.* Гринвошинг в РФ: благие намерения или скрытая манипуляция // Финансы и реальный сектор экономики в современных условиях: сб. ст. V Междунар. науч.-практ. конф., Пенза, 30 января 2023 года. Пенза: Наука и Просвещение (ИПГ Гуляев Г.Ю.), 2023. С. 24–26.

Фролова 2018 – *Фролова В.И.* Манипуляция как эффективная форма управления организацией // Аллея науки. 2018. Т. 3, № 5(21). С. 657–661.

Черникова 2015 – *Черникова В.Е.* Манипуляция массовым сознанием как феномен информационного общества // Теория и практика общественного развития. 2015. № 3. С. 141–144.

Davis et al. 2017 – *Davis A. Y., Funke P. N., Wolfson T., Lamaset A.* The Great Refusal: Herbert Marcuse and Contemporary Social Movements. Philadelphia: Temple University Press, 2017 // <https://muse.jhu.edu/pub/183/monograph/book/71221>

Fuchs 2016 – *Fuchs C.* Herbert Marcuse and Social Media // Critical Theory of Communication: New Readings of Lukacs, Adorno, Marcuse, Honneth and Habermas in the Age of the Internet. L. : University of Westminster Press, 2016. С. 111–152.

Lipschultz 2019 – *Lipschultz J.H.* Social Media Ethics 2.0 // Next-Generation Ethics: Engineering a Better Society. 2019. С. 426–436.

Srinivasan 2019 – *Srinivasan D.* The Antitrust Case Against Facebook: A Monopolist’s Journey Towards Pervasive Surveillance in Spite of Consumers’ Preference for Privacy // Berkeley Bus. LJ. 2019. Т. 16. С. 39–98.

REFERENCES

- Anisimov R.I., 2021. Precariat as a New Social Class in the Context of Marxist Theory. *Sociologicheskij zhurnal*, vol. 27, no. 1, pp. 10-27. DOI: 10.19181/socjour.2021.27.1.7842
- Arefyeva N.S., 2013. Manipulative Strategies in the Professional Activity of Managers. *Innovacii i investicii*, no. 8, pp. 99-101.
- Bykov I.A., 2020. Artificial Intelligence as a Source of Political Judgments. *Zhurnal politicheskikh issledovanij*, vol. 4., no. 2, pp. 23-33. DOI: 10.12737/2587-6295-2020-23-33
- Volodenkov S.V., 2021. *Internet Communications in the Global Space of Modern Political Management: Towards the Digital Society*. Moscow, Prospekt Publ.
- Garshin N.A., 2019. The Problem of the Precariat Phenomenon: Methodological and Social Aspects. *Filosofiya i kultura*, no. 7, pp. 17-22. DOI: 10.7256/2454-0757.2019.7.30253
- Gromova E.B., Kondratskaya V.L., 2022. Greenwashing as a Modern Manipulative Approach in Media Texts. *61-e Peterburgskie chteniya: statyi uchastnikov ezhegodnogo aprelynskogo nauchnogo foruma, Sankt-Peterburg, 21–22 aprelya 2022 goda. Tom 1*. Saint Petersburg, Mediapapir, pp. 15-16.
- Dimante I.V., 2015. Tools of a Professional Communicator (Techniques of Speech Influence). *Kommunikativnye issledovaniya*, no. 4 (6), pp. 52-64.
- Issers O.S., 2009. *Speech Impact: A Textbook for Students Studying in the Specialty "Public Relations"*. Moscow, Flinta Publ., Nauka Publ.
- Kopnina G.A., 2008. *Speech Manipulation: A Tutorial*. Moscow, Flinta Publ.
- Knyazeva I.V., 2010. Historical Evolution of Forms of Public Consciousness Manipulation. *Nauchnye vedomosti BelGU. Seriya: Filosofiya. Sociologiya. Pravo*, no. 14, pp. 220-225.
- Kucz Yu.A., 2017. Eco-Marketing: Greenwashing as a Negative Factor in the Development of the Modern Economy or a Growing Tumor of the Modern Market. *Rossiyskaya nauka i obrazovanie segodnya: problemy i perspektivy*, no. 2 (15), pp. 35-37.
- Markuze H., 1994. *One-Dimensional Man: A Study of the Ideology of a Developed Industrial Society*. Moscow, Marcuse H., 2003. *Eros and Civilization*. Moscow, AST Publ.
- Marcuse H., 2011. *Critical Theory of Society: Selected Works on Philosophy and Social Criticism*. Moscow, AST Publ.
- Nuridzhanov A.E., 2013. Manipulation Technologies in the Personnel Management System of Modern Business Organizations in Russia (On the Example of the Republic of Bashkortostan). *Filosofiya. Sociologiya. Kulturologiya*, no. 33 (324), iss. 30, pp. 108-111.
- Puyu Yu.V., 2008. Origins and Genesis of the Phenomenon of Manipulation. *Izvestiya RGPU im. A.I. Gercena*, no. 72, pp. 15-25.
- Silinik E.S., 2023. Greenwashing in the Russian Federation: Good Intentions or Hidden Manipulation. *Finansy i realnyj sektor ekonomiki v sovremennykh usloviyakh: sb. st. V Mezhdunar. nauch.-prakt. konf., Penza, 30 yanvarya 2023 goda*. Penza, Nauka i Prosveshhenie Publ., pp. 24-26.
- Frolova V.I., 2018. Manipulation as an Effective form of Organization Management. *Alleya nauki*, vol. 3, no. 5 (21), pp. 657-661.
- Chernikova V.E., 2015. Manipulation of Mass Consciousness as a Phenomenon of the Information Society. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya*, no. 3, pp. 141-144.
- Davis A.Y., Funke P.N., Wolfson T., Lamaset A., 2017. *The Great Refusal: Herbert Marcuse and Contemporary Social Movements*. Philadelphia, Temple University Press. URL: <https://muse.jhu.edu/pub/183/monograph/book/71221>
- Fuchs C., 2016. Herbert Marcuse and Social Media. *Critical Theory of Communication: New Readings of Lukacs, Adorno, Marcuse, Honneth and Habermas in the Age of the Internet*. London, University of Westminster Press, pp. 111-152.
- Lipschultz J.H., 2019. Social Media Ethics 2.0. *Next-Generation Ethics: Engineering a Better Society*, pp. 426-436.
- Srinivasan D., 2019. The Antitrust Case Against Facebook: A Monopolist's Journey Towards Pervasive Surveillance in Spite of Consumers' Preference for Privacy. *Berkeley Bus. LJ*, vol. 16, pp. 39-98.

Information About the Author

Andrey M. Druzhinin, Candidate of Sciences (Philosophy), Senior Researcher, Academy of Media Industry, Oktyabrskaya St, 105, Bld. 2, 127521 Moscow, Russian Federation, www-222@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-0976-822X>

Информация об авторе

Андрей Михайлович Дружинин, кандидат философских наук, старший научный сотрудник, Академия медиаиндустрии, ул. Октябрьская, 105, корп. 2, 127521 г. Москва, Российская Федерация, www-222@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-0976-822X>