И. М. Дзялошинский

СОЦИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ И СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Введение в теорию коммуникационных матриц

Учебное пособие

Ай Пи Ар Медиа
Саратов • 2020

УДК 316
ББК 60.5
Д43

Автор:
Дзялошинский И. М. — д-р филол. наук, профессор НИУ ВШЭ
(департамент медиа факультета медиа, коммуникаций и дизайна),
заместитель председателя Российского комитета Программы ЮНЕСКО,
действительный член Евразийской академии телевидения и радио,
член редакционного совета Российской коммуникативной ассоциации

Рецензенты:
Асмолов А. Г. — д-р психол. наук, профессор, академик РАО,
зав. кафедрой психологии личности факультета психологии
МГУ им. М. В. Ломоносова;
Шайхитдинова С. К. — д-р филос. наук, профессор кафедры
национальных и глобальных медиа Казанского
(Приволжского) федерального университета

Дзялошинский, И. М.
Д43 Социальные институты и социальная коммуникация. Введение в теорию коммуникационных матриц : учебное пособие / И. М. Дзялошинский. — Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 905 с. — Текст : электронный.

ISBN 978-5-4497-0419-1

Учебное пособие посвящено анализу стратегий, технологий и ресурсов, используемых различными социальными институтами для воздействия на сознание и поведение людей. Актуальность этой темы обусловлена тем обстоятельством, что если в прошлые времена какая-то часть личности оставалась закрытой для внешних воздействий и формировалась под влиянием личного уникального опыта, то в последнее время набирает силу процесс, который можно назвать институциализацией человека. Человек теряет даже ту малую часть суверенности, которой обладали наши предки, и становится носителем институциональных матриц. Индивидуальное заменяется социальным, и эта замена чаще всего не осознается.

Подготовлено с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

Учебное пособие предназначено для бакалавров и магистров, обучающихся по укрупненным группам направлений подготовки 39.00.00 «Социология и социальная работа» и 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело» и изучающих дисциплины «Актуальные проблемы современности», «Введение в теорию массовых информационных процессов», «Информационная политика», «Коммуникационный менеджмент», «Основы медиакультуры», «Основы теории коммуникации», «Социальные институты в современном мире», «Психология массовых коммуникаций», «Современный медиатекст», «Социология массовых коммуникаций», «Технологии манипулирования сознанием и поведением людей», «Управление коммуникационными процессами», «Экология медиапространства». Может быть полезно для преподавателей гуманитарных дисциплин, исследователей коммуникационных процессов, слушателей МБА и программ переподготовки.

Учебное электронное издание

© Дзялошинский И. М., 2020
© ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа», 2020

Редактор *А.Д. Матлахова*
Технический редактор, компьютерная верстка *А.Д. Матлахова*
Корректор *Е.А. Волкова*
Обложка *С.С. Сизиумовой*
На обложке использован рисунок *М. Садомской*

Для создания электронного издания использовано:
Приложение pdf2swf из ПО Swftools, ПО IPRbooks Reader,
разработанное на основе Adobe Air

Подписано к использованию 23.02.2020. Объем данных 11 Мб.

Издание представлено в электронно-библиотечных системах
IPR BOOKS (www.iprbookshop.ru),
Библиокомплектатор (www.bibliocomplectator.ru)

Бесплатный звонок по России: **8-800-555-22-35**
Тел.: 8 (8452) 24-77-97, 8 (8452) 24-77-96

Отдел продаж и внедрения ЭБС:
доб. 206, 213, 144, 145
E-mail: sales@iprmedia.ru

Отдел комплектования ЭБС:
доб. 224, 227, 208
E-mail: mail@iprbookshop.ru

По вопросам приобретения издания обращаться:
доб. 208, 201, 222, 224
E-mail: izdat@iprmedia.ru, author@iprmedia.ru

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 7

РАЗДЕЛ 1.СОЦИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ В СИСТЕМЕ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА СОЗНАНИЕ И ПОВЕДЕНИЕ ЛЮДЕЙ 11

ГЛАВА 1. СОЦИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ 11

1.1. Социальные институты: сущность и основные особенности 11

1.2. Институциональные матрицы как фактор функционирования социальных институтов 46

1.3. Медиатизация социальных институтов 75

1.4. Возникновение, развитие и умирание социальных институтов 87

ГЛАВА 2. ВОЗДЕЙСТВИЕ КАК ФУНКЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИНСТИТУТОВ 100

2.1. Воздействие как способ трансформации сознания и поведения людей 100

2.2. Теоретические модели воздействия 114

2.3. Стратегические модели воздействия 121

2.4. Этические аспекты воздействия 144

ГЛАВА 3. СУБЪЕКТЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ 156

3.1. Организации как субъекты воздействия 157

3.2. Социальные общности как субъекты воздействия 167

3.3. Индивид как субъект воздействия 197

3.4. Медиа в системе субъектов воздействия 204

РАЗДЕЛ 2. РЕСУРСЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ 215

ГЛАВА 4. СИЛОВЫЕ РЕСУРСЫ 216

4.1. Массовые формы насилия 231

4.2. Групповые формы насилия 238

4.3. Межличностное насилие 252

4.4. Внутриличностное насилие 258

ГЛАВА 5. СЕНСОРНЫЕ РЕСУРСЫ 268

5.1. Колористические ресурсы 272

5.2. Ольфакторные ресурсы 276

5.3. Акустические ресурсы 284

5.4. Нутрициологические ресурсы 287

ГЛАВА 6. СУГГЕСТИВНЫЕ РЕСУРСЫ 296
6.1. Внушение 303
6.2. Заражение 312
6.3. Подражание 316
6.4. Гипноз 318
ГЛАВА 7. СОЦИАЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ 322
7.1. Экономическое принуждение 332
7.2. Нормативно-правовое принуждение 333
7.3. Морально-этическое регулирование 335
7.4. Общественное мнение как ресурс воздействия 343
ГЛАВА 8. КОММУНИКАЦИЯ И ИНФОРМАЦИЯ
КАК РЕСУРСЫ 355
8.1. Системы производства информации 384
8.2. Системы доступа к информации 388
8.3. Системы распространения информации 404
8.4. Системы уничтожения информации 412
ГЛАВА 9. РЕЧЕВЫЕ РЕСУРСЫ 414
9.1. Вербальные ресурсы: устная и письменная речь 419
9.2. Невербальные ресурсы 431
9.3. Символы: теоретические модели
и практика использования 440
9.4. Имидж как ресурс воздействия 455
ГЛАВА 10. РЕСУРСЫ ИСКУССТВА 474
10.1. Вербальные виды искусства 477
10.2. Визуальные виды искусства 480
10.3. Аудиальные виды искусства 488
10.4. Синтетические виды искусства 493

РАЗДЕЛ 3. ТЕХНОЛОГИИ ВОЗДЕЙСТВИЯ 503
ГЛАВА 11. ТЕХНОЛОГИИ СОТРУДНИЧЕСТВА 514
11.1. Технологии информирования 514
11.2. Технологии убеждающей коммуникации 524
11.3. Диалогические технологии 562
ГЛАВА 12. ТЕХНОЛОГИИ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО
ВОВЛЕЧЕНИЯ 607
12.1. Технологии социальной индукции 620
12.2. Нейролингвистическое программирование 625
12.3. Психологическое доминирование 659

ГЛАВА 13. ТЕХНОЛОГИИ СКРЫТОГО УПРАВЛЕНИЯ СОЗНАНИЕМ 673
13.1. Технологии дезинформирования 674
13.2. Псевдологические технологии (черная риторика) 715
13.3. Психологическое манипулирование 744
ГЛАВА 14. ТЕХНОЛОГИИ СКРЫТОГО УПРАВЛЕНИЯ ПОВЕДЕНИЕМ 769
14.1. Управление коммуникативной ситуацией 769
14.2. Использование провокативных высказываний и действий 778
14.3. Имитационные технологии 803

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 820

ПРИМЕЧАНИЯ 829

ВВЕДЕНИЕ

«Символическая власть как власть учреждать данность через высказывание, власть заставлять видеть и верить, утверждать или изменять видение мира и, тем самым, воздействие на мир, а значит, сам мир — это власть квазимагическая, которая благодаря эффекту мобилизации позволяет получить эквивалент того, что достигается силой (физической или экономической), но лишь при условии, что эта власть признана, т. е. не воспринимается как произвол».

Пьер Бурдье «О символической власти»

Основная идея данного учебного пособия состоит не только (и не столько) в том, чтобы предоставить студентам материал для сдачи экзамена, а в том, чтобы продемонстрировать и предложить поразмышлять над тем, как в современном мире «тени» управляют человеком. Под тенями в данном случае понимаются разнообразные социальные институты, которые человек создал для собственного удобства и повышения эффективности своей деятельности: власть, религия, общественное мнение… Будучи однажды созданными, эти институты, как в сказке Евгения Шварца, постепенно отделились от человека и взяли его под контроль. Поскольку жить без тени нельзя, но и давать тени слишком много власти опасно, необходимо — опять же вслед за Шварцем — сказать: «Тень, знай свое место!» Но для того, чтобы это заклинание прозвучало более или менее убедительно, надо разобраться в том, что представляет собой тень, именуемая социальным институтом, какие стратегии, технологии и ресурсы она использует, чтобы подчинить себе каждого человека, и что можно сделать, чтобы вернуть тень на свое место.

Разумеется, люди всегда взаимодействовали с социальными институтами, и влияние институтов на жизнь людей было огромным. Достаточно вспомнить о таких институтах, как власть и религия. Однако во все прошлые времена какая-то часть личности оставалась закрытой для внешних воздействий. Она формировалась под влиянием личного уникального опыта, особых отношений индивида с природой, социальной микросредой. В этой суверенной части формировалась индивидуальность, непохожесть человека, дававшая ему право отделять себя от институтов, даже в случае выполнения их требований. А иногда и, как свидетельствует история, довольно часто эта индивидуальность бунтовала против институтов.

В последнее время набирает силу процесс, который можно назвать институциализацией человека. Личность теряет даже ту малую часть суверенности, которой обладали наши предки, и становится носителем институциональных матриц. Человек думает так, как велит ему матрица власти или религии, он действует так, как велят ему выразители воли институтов, и делает все это с большим энтузиазмом и верой в правильность этой воли. Индивидуальное заменяется социальным, и эта замена чаще всего не осознается. В настоящее время традиционные способы воздействия на сознание и поведение людей, опирающиеся на личный и корпоративный опыт профессионалов, замещаются научно обоснованными манипулятивными технологиями, включая нейролингвистическое программирование, нейромаркетинг и т. д.

Более того, сегодня воздействие на сознание и поведение людей является той невидимой технологией управления общественной жизнью, которая пронизывает буквально все уровни социального взаимодействия, начиная от политико-правовых и заканчивая межличностными. Современный человек живет в условиях постоянного влияния и воздействия, оказываемого на него другими людьми, да и сам он является субъектом влияния и воздействия. Большинству людей хорошо знакомо ощущение того, что ими манипулируют, навязывают против их воли определенное поведение или убеждения. Объясняется эта тенденция повышением уровня самосознания людей и возрастающей ролью масс в принятии политических и иных решений[1]. Соотношение «власть — масса» никуда не исчезло, но в связи с тем, что массы приобрели значительное влияние и стали гораздо менее подконтрольными власти, инструменты прямого физического насилия и экономического принуждения оказались менее эффективными по сравнению с прошлым.

Существенно изменился и характер опосредованной коммуникации. Можно выделить несколько основных особенностей нынешней ситуации:

1) резкий количественный рост и усложнение контактов, в том числе с представителями других культур;

2) виртуализация информационного пространства, связанная с тем, что информационные образы объектов, персон и процессов теряют какую-либо связь с реальными образами;

3) глобализация информационной среды, выразившаяся в том, что если раньше заинтересованный субъект читал газету, журнал, смотрел телевизор, слушал радио и получал индивидуальную картину происходящего, то теперь данный субъект может обратиться к электронной медийной системе, которая

выдает ему в значительной мере готовые количественные и качественные выводы, сделанные на основе анализа всего массива публикаций и передач;

4) появление принципиально новых коммуникационных форматов: Web 1.0 — производство содержания (контента) узкой группой специалистов для последующего потребления массой пользователей Сети; Web 2.0 — самостоятельное производство контента массой пользователей и активный обмен информацией между ними, возникновение социальных сетей; Web 3.0 — создание рекомендательных сервисов в Сети, формируемых исключительно на основе мнений потребителей;

5) глубокая конвергенция всех коммуникативных технологий, трансформация стратегий и тактик создания и распространения контента. Возрастающие технические возможности приводят к синергетическому эффекту — появлению сложной системы взаимосвязанных коммуникативных форм, которые начинают функционировать самостоятельно, независимо от источников и адресантов.

Все эти факторы указывают на создание такой ситуации, в рамках которой личность становится «марионеткой» в руках умелых и искусных манипуляторов. Это представляет опасность для информационно-психологической безопасности человека, то есть состояния защищенности личности, обеспечивающего ее целостность как активного социального субъекта и возможностей развития в условиях информационного взаимодействия с окружающей средой.

Все изложенное определило цель этого учебного пособия и логику подачи материала. Речь идет о разработке теоретико-методологической модели изучения коммуникационных стратегий и технологий, используемых социальными институтами в условиях возникновения новых коммуникационных практик, связанных с трансформацией российского медиапространства.

Учебное пособие состоит из введения, трех разделов, в каждом из которых имеется по три-четыре главы, заключения и примечаний, включающих обширный список литературы.

Во введении дается обоснование предложенного и реализованного в учебном пособии подхода к рассмотрению сущности и деятельности социальных институтов; представлены работы, которые определили направление исследований, посвященных проблеме воздействия социальных институтов на сознание и поведение людей.

В первом разделе проанализированы сущность и особенности социальных институтов, процессы трансформации социальных институтов в условиях глобализации, информатизации и медиатизации; исследованы теоретические и стратегические модели воздействия как функции социальных институтов, а

также возникающие в процессе воздействия этические проблемы. Отдельная глава посвящена инициаторам воздействия, в качестве которых рассматриваются организации, социальные общности, индивиды и медиа.

Второй раздел посвящен анализу ресурсов, которые имеются в распоряжении социальных институтов. Выделены и описаны силовые ресурсы, сенсорные, суггестивные, социальные, информационные и коммуникационные, речевые ресурсы и такой ресурс, как искусство.

В третьем разделе рассмотрены основные технологии, которые используются социальными институтами в процессе воздействия на сознание и поведение человека. Выделены четыре класса таких технологий: технологии сотрудничества, технологии эмоционального вовлечения, технологии скрытого управления сознанием и технологии скрытого управления поведением.

Проблемы, о которых идет речь в этом учебном пособии, в той или иной степени затрагивались автором в предыдущих работах[2], по данной тематике написаны сотни книг и тысячи статей, подробный пересказ которых превратил бы это учебное пособие в многотомную эпопею. Однако новизна этого издания заключается в том, что в нем представлена системная модель понимания процессов воздействия социальных институтов на сознание и поведение человека, предложена схема дальнейших размышлений в заданном направлении.

Данное учебное пособие подготовлено в ходе работы по проекту № 20-01-036 «Воздействие социальных институтов на сознание и поведение человека: стратегии, технологии, ресурсы» в рамках Программы «Научный фонд Национального исследовательского университета “Высшая школа экономики” (НИУ ВШЭ)» в 2020–2021 гг. и в рамках проекта государственной поддержки ведущих университетов Российской Федерации «5-100».