

Механизмы влияния в процессах массовых коммуникаций: философский аспект

Марунич Людмила Игоревна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: monica.addery@mail.ru

В данной работе на основе материалов исследований Чалдини рассматриваются механизмы массовых коммуникаций. Необходимо сразу отметить определенную общность в механизмах и реакциях в процессе общения, как в мире животных, так и в мире людей. Это еще раз показывает что общественные отношения являются корнем и основой поведенческих стереотипов и моделей поведения. Эти стереотипы-механизмы выработаны в процессе эволюции социализации сообществ. Данные модели, являясь автоматическими, запускаются, как правило, одним элементом информации, словно спусковым крючком. Преимущество автоматизма реакции заключается в том, что этот простейший механизм позволяют экономить время и энергию. Но присутствует и недостаток - правильный результат действия не гарантирован. В данной форме реагирования отсутствует анализ, отсюда и появляется реакция уступчивости, которая является основой для механизмов влияния в процессах массовых коммуникаций.

Одним из таких механизмов, например, является механизм взаимного обмена, являющийся одновременно и одной из норм человеческой культуры. Можно привести аналогию с физикой: притяжение между протонами и нейтронами обеспечивается обменом мезонов. «Дать другому и быть уверенным в том, что это действие породит объединение и ответное действие» - это закон общего функционирования. На его основе возникает техника манипулирования. Это связано с тем, что человек ведет общественно-значимую жизнь и находится в отношениях с другими членами общества, и в его поведении необходимы последовательность и обязательность. Причем эти два понятия связаны между собой через призму восприятия индивидуума. Именно он определяет первичную точку последовательных событий и силу влекущих за собой обязательств. Если речь идет об общении, то важно понимать внутреннюю зависимость перед собой от последовательности и от возникающей в процессе развития действий, обязанности перед участниками событий и перед собой. Различимы две стороны этих процессов: позитивная и негативная. Первая позволяет формировать ценные стереотипы поведения, принятые обществом, а также использовать уже имеющийся опыт принятия решений. Однако это же позволяет и манипулировать человеком, навязывая ему поведение. Для того, чтобы обязательства были эффективными, необходима активность и публичность последнего. Существуют методы защиты от давления обязательств. Они связаны с оценкой внутренней удовлетворенности ситуацией.

Так же основным ориентиром в современном обществе при принятии решения является аналогичное поведение других людей. Такой принцип можно назвать «социальным доказательством». Для его доминирования необходимо наличие двух факторов: неуверенность в своих действиях, которая заставляет искать стандарт поведения у других или выбирать стандарт, признанный обществом, а также сходство личности, принимающей решение, с тем, кто уже оказался в подобной ситуации. Вероятно, корнем данной стратегии поведения является роль семьи, особенно при формировании у ребенка способности принятия самостоятельных решений. И, как следствие, поиск защиты и оправдания при уже совершенных действиях.

Также основой взаимно удачного личного общения является симпатия. Логика и анализ - это прерогатива одинокого размышления. Мы же общаемся с живыми людьми, и для нас важна привлекательность. Хотя мы понимаем, что последняя является лишь красивой упаковкой. Но механизмы симпатии носят характер рефлексов, и с этим необходимо считаться. Перечислим характеристики, влияющие на симпатию: во-первых, это физическая привлекательность, которая обычно ведет к первоначальной переоценке других черт и качеств человека; во-вторых, это схожесть - тот же механизм бессознательной симпатии; в-третьих, ощущение близкого знакомства; и последнее - это наличие ассоциаций с положительными моментами. Что бы уменьшить влияние на себя, мы должны учитывать все эти факторы-манипуляторы.

Иерархия общественного устройства, которая имела место быть на всех этапах развития общества, проецируется и на поведение каждого члена этого общества. Она выражается в принципе авторитета. И для человека характерно влияние как авторитета, так и символов авторитета, таких как титулы, одежда, недвижимое имущество и проч. При этом люди не всегда критично относятся к действиям авторитета. Они ведомы первичными установками власти, т.е. если лицо наделено этими титулами, то по умолчанию имеет право быть для нас ориентиром.

Цель данной работы состоит в том, чтобы выделить основные механизмы влияния в процессах массовых коммуникаций и уравнять в шансах две стороны: манипуляторов и объектов манипуляции. Необходимо отметить ценность понимания принципов и механизмов общения для осознания проблем гармонии и дискомфорта внутреннего мира человека. Также эта проблема очень важна для философии языка и коммуникации и требует тщательного философского осмысления после ее детального разбора. Дальнейшие теоретические выводы в перспективе могут иметь и практическую пользу.

Источники и литература

- 1) Бодрийар Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального. Екатеринбург. 2000
- 2) Чалдини Р. Психология влияния. - СПб.: Питер 2001
- 3) Jean Baudrillard. Ecstasy of Communication // The Anti-Aesthetic. Essays on Postmodern Culture / Ed. H. Foster. Port Townsend: Bay Press, 1983. P. 126— 133. (Tr. John Johnston)