

Проблема манипулирования СМИ общественным мнением: причины и последствия

Научный руководитель – Полякова Наталья Львовна

Погорелов Даниил Александрович

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра современной социологии, Москва, Россия

E-mail: pogorelov_daniil@bk.ru

В XXI веке, в связи с массовым внедрением интернет технологий во все сферы жизни людей, проблема зависимости общественного мнения от СМИ приобретает особую значимость. Общественное мнение претерпевает большие изменения в условиях глобализации, технологизации и других социальных процессов, в то время как СМИ подстраиваются под новые потребности общества и государства. Несмотря на то, что такие источники распространения массовой информации, как телевидение, радио, газеты ещё пользуются популярностью, особенно у старшего поколения, СМИ делают всё больший акцент на развитие своих интернет ресурсов.

Уже во второй половине XX века предпринимались попытки определения особенностей и отличительных черт нового, грядущего общества, учёные и философы старались обозначить роль людей в новой эпохе, сформулировать её структуру и, в конце концов, дать ей название. Известную классификацию обществ с их описанием представил в 1959 году американский социолог Д. Белл. Он отмечал, что в постиндустриальном обществе доля услуг в области информационных технологий и теоретического знания, будет являться доминирующей[1].

Ещё одно определение новой эпохе представил французский социолог Ж. Бодрийяр. Он является одним из ярких представителей Постмодерна, особенности которого он подробно описывает в своём труде «Символический обмен и смерть»[2].

Так, в конце XX начале XXI вв. капиталистическое общество вступило в новую эпоху, которую принято называть Постмодерном.

И для полного понимания современного капиталистического общества, его отличительных черт, механизмов функционирования, необходимо изучить его истоки, тем самым мы обратились к трудам В.И. Ленина, который подробно описал характер общественных отношений при капитализме, существующего по сей день [3]. Однако, как любая живая система, капитализм в XX веке претерпел изменения, которые изучил З. Бауман [4]. Британский социолог выдвинул концепцию объяснения устойчивости современного социального порядка при наличии высокой степени либерализма и невиданной ранее свободе личности.

Общественное мнение как важнейший социальный институт рассматривается с опорой на труды классиков социологической мысли XX века. Так, П. Бурдьё писал, что общественное мнение это выбор людей среди уже сформулированных мнений путем простого суммирования этих самых выбранных мнений, что приводит к искусственно сделанному выводу. То есть, общественное мнение – феномен сугубо искусственный, то есть он создан и существует лишь по воле людей, которые, в силу определённых обстоятельств, перенимают установки и воззрения уже существующие до них. Так, распространяясь среди индивидов, какое-либо мнение приобретает характер массовости за счёт общественной солидарности [5].

Американский журналист У. Липпман, изучая проблемы влияния на общественное мнение, выделил, что общественное мнение наталкивается на всякого рода сложности:

непомерные амбиции и экономические интересы, личную вражду, расовые предрассудки, классовые чувства и т.д. [6]

О роли СМИ в формировании общественного мнения писали представители Франкфуртской школы, такие как Г. Маркузе [7] и М.Хоркхаймер [8]. Государство (ведомое элитой) через СМИ формирует одномерное видение мира и создает одномерного человека. Это делается за счёт развития производства, которое в свою очередь ведет к росту потребления. У человека возникает огромный выбор из тысячи предметов. Таким образом, имея мнимый доступ к такому разнообразию товаров, пролетариат перестает быть революционным классом, так как у него создаётся иллюзия, что ему уже есть, что терять.

О незащищённости общественного мнения же в информационном пространстве, а также о манипуляциях СМИ рассуждает С.Г. Кара-Мурза [9]. Он прямо указывает на то, что методы манипуляций стали обыденным инструментом СМИ. И ради того, чтобы привлечь большую аудиторию, а также для удержания старой эти методы манипуляций сознанием постоянно совершенствуются. Иными словами, в информационном обществе, которое по своему характеру является капиталистическим, основным мотивом деятельности крупных капиталовладельцев является заработок. Таким образом, СМИ, осуществляя свою деятельность по распространению информации, в первую очередь ставят перед собой задачу сбыть её (информацию) в наибольшем количестве. Для этого она прибегают к тем или иным манипулятивным методикам, разработанным и проверенным на протяжении десятилетий.

Проблема манипулирования общественным мнением через СМИ является серьезным вызовом для современного общества. Говоря о последствиях этой проблемы, активное использование различных методов и приемов манипуляции информацией со стороны властных структур, корпораций и политических групп может привести к серьезным последствиям, подрывая доверие к СМИ, усиливая социальную и политическую поляризацию и ослабляя демократические процессы.

Источники и литература

- 1) Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социологического прогнозирования. 2004.
- 2) Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет. 2000.
- 3) Ленин В. И. Полное собрание сочинений. М.: Политиздат. 1960.
- 4) Бауман З. Текущая современность / пер. с англ. под ред. Ю.В.Асочакова. СПб.: Питер. 2008.
- 5) Бурдье П. Социология политики / П. Бурдье. М.: Socio-Logos. 1993.
- 6) Липшман У. Общественное мнение. М.: Институт Фонда «Общественное мнение». 2004.
- 7) Маркузе Г. Одномерный человек // Исследование идеологии развитого индустриального общества. 1994.
- 8) Хоркхаймер М. Диалектика просвещения. СПб.: издательство «Медиум». 1997.
- 9) Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: Алгоритм. 2004.