

РОЛЬ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ: СОЦИАЛЬНО-РЕГУЛЯТИВНЫЕ АСПЕКТЫ

Стерлигова Н.А.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

kuznsk68@gmail.com

В современных общественно-политических реалиях ни для кого уже не является тайной тот факт, что средства массовой информации способны оказывать колоссальное воздействие на массовое общественное сознание. СМИ выступают связующим звеном между отдельно взятым индивидом и государством, а также между индивидом и всем миром в целом.

При этом следует также принимать во внимание, что социальной работой всех деятелей средств массовой информации является, главным образом, оформление и должная степень организации коммуникативного процесса между членами общества. «Люди воспринимают чужой опыт через общение, которое, в свою очередь, составляет содержание массовой коммуникации. Соответственно информационно-коммуникативная роль прессы способствует осознанию членами общества своего статуса и функций, согласованию всех элементов социальной системы, их взаимодействию», - пишет С.Г. Корконосенко [4, с. 135].

Сам коммуникативный процесс, осуществляемый индивидами, способен сблизить и в определенной степени соединить общественные связи и межличностные отношения, а также сконцентрировать необходимую степень единения речи и мышления, мыслей и слов, так как вышеприведенные процессы представляют собой содержимое коммуникативного процесса и воплощают в реальной действительности и жизни общества социальные функции средств массовой информации [8, с. 37]. Как полагает В.Г. Костомаров, подбор языковых средств выразительности и отдельных слов в процессе публицистической деятельности отнюдь не является формализованным процессом, поскольку от инструментов, используемых публицистом напрямую зависит эмоциональная окраска и характер преподносимого аудитории материала. [5, с. 95]. Таким образом, публицистика способна однородным фактам дать различную оценку.

Кроме того, следует учесть также то, что информация способна трансформироваться, видоизменяться и уточняться в ходе ее передачи от коммуникатора реципиенту, поэтому важно обращать внимание на особенности протекания самого процесса обмена сведениями, в частности, увеличение влияния субъективного фактора на процесс передачи и обработки информации.

При наиболее тщательном анализе рассматриваемого вопроса становится очевидно, что не существует объективной подачи информации реципиенту о каких-либо событиях реальной действительности. Данный факт главным образом вызван тем, что человеку как члену социума присуще анализировать поступающие ему сведения и давать им определенную оценку, применительно к своему мировоззрению и мироощущению. Это в свою очередь порождает субъективизм. Как следствие, при формировании любого публицистического материала происходит определенным образом завуалированное, а подчас и вполне очевидное, манипулирование сознанием «принимающей стороны» (реципиента). К тому же в данной ситуации нередки случаи, когда коммуникатор, желая наиболее красочного преподнесения информации реципиенту намеренно способен его приукрасить, намеренно обозначив какой-либо субъективной оценкой, формируя тем самым определенное отношение аудитории к транслируемым ей сведениям и информации о происходящих событиях.

Однако такой подход не всегда с благосклонностью встречают публицисты и иные деятели средств массовой информации. Так, к примеру, в зарубежной школе журналистики имеется традиция подачи информации, именуемая «голым фактом», что подразумевает запрет на какие-либо оценочные суждения применительно к транслируемым в массы новостным событиям. Таким образом, конечный потребитель такой информации получает ее в первозданном виде, для того чтобы иметь возможность самостоятельно проанализировать

поступившие сведения, развить критическое мышление и самостоятельно сделать определенные выводы на основе только «голых фактов» [7, с. 37] Вместе с тем в отечественных средствах массовой информации данный прием не является обязательным, как в зарубежных средствах массовой информации и бывают случаи, когда преподносимый материал имеет оттенки субъективизма. Данный факт представляет существенную проблему, причины которой кроются в психологии и ментальных особенностях русского человека. Вероятно, в определенной степени это также вызвано неспособностью широких масс на самостоятельный конструктивный анализ происходящих событий и склонность к принятию на веру сведений, полученных из авторитетного источника без их дальнейшей критики и какой бы то ни было проверки. Средства массовой информации в таких случаях интерпретируют происходящие события с нужной им стороны, выполняя определенный социальный-политический заказ. В силу колоссального скачка развития современных средств массовой информации трансформировалась и общественная психология, и мышление масс, так как сегодня СМИ напрямую принимают участие в общественно-политических процессах, влияя на сознание человека, изменяя его и формируя личность с особыми психологическими характеристиками.

Манипулятивная деятельность средств массовой информации уже длительное время изучается специалистами различных областей знания, однако сегодня можно уже с полной уверенностью утверждать, что механизмы воздействия на сознание масс со стороны средств массовой информации достигли качественно нового уровня и вышли практически на один уровень с средствами, используемыми спецслужбами. В современных общественно-политических реалиях такие манипулятивные механизмы широко применяются для управления сознанием массовой аудитории. Целью такой манипуляции является лоббирование интересов определенных властных структур, которые стремятся обрести контроль над максимально возможными источниками информации для стабилизации общественных процессов и достижения необходимых целей.

Отрицать наличие таких манипулятивных технологий сегодня попросту невозможно. Используя доступный сегодня арсенал инструментов, средства массовой информации в своей деятельности по воздействию на сознание широкой аудитории способны заставить индивидов даже осуществить что-то, что на первый взгляд противоречит интересам конкретного человека. В связи с этим крайне важно понимать механизм такого воздействия и научиться его выявлять и подвергать критике всю транслируемую в современных СМИ информацию, чтобы самому не попасться на крючок.

Психика человека устроена таким образом, что он сам строит вокруг себя свой мир и способен воспринимать только те сведения и факты, которые его сознание готово воспринимать. В этой связи повсеместно человеческое сознание прибегает к упрощению понимания тех или иных фактов и событий, вырабатывая конкретную схему, алгоритм поведения в различных ситуациях. В этой связи в сознании масс нередко формируются упрощенные, плоские представления о существующей картине мира, часто разделяя его на черное и белое, где нечто ранее неизвестное реципиенту может восприниматься как что-то чужеродное и враждебное, способное разрушить привычный жизненный уклад.

Информация, представляющая собой главное оружие СМИ, является важнейшим элементом журналистики как таковой. Средства массовой информации способны оказать воздействие на процессы формирования мироощущения и ценностных ориентиров индивида в различных сферах жизни общества. Стоит также отметить что существует большое многообразие источников информации и различных СМИ, где каждый из таких субъектов информационного пространства стремится реализовать свои интересы, при этом никто не вправе ограничить такую деятельность СМИ, если она находится в рамках действующего законодательства и не выходит за его пределы. В этой связи перспектива развития манипулятивных средств в деятельности СМИ такова, что они будут повсеместно распространяться и совершенствоваться, становясь обязательной чертой публицистических материалов и неотъемлемой частью процесса детальности СМИ.

Следует отметить, что наиболее эффективные манипулятивные приемы используются на уровне деятельности федеральных СМИ. Примером здесь может служить деятельность федеральных каналов, где широко распространяется пропаганда идей патриотизма, помощи ближнему и необходимости сплочения во имя общего дела на фоне проведения Специальной Военной Операции (СВО). В частности, в программе «Новости» транслируемой на «Первом канале» новостная лента главным образом посвящена освещению успехов Вооруженных сил РФ, сборам гуманитарной помощи жителям освобожденных регионов Донбасса, деятельности по укреплению институтов семьи, мерах социальной поддержки граждан. Все это транслируется с целью создания благоприятного образа действующей власти, а также стабилизации общественной ситуации в стране на фоне СВО и сохранения общественного спокойствия, а также отвлечения внимания общества от негативных аспектов внутренней и внешней политики [2].

Вместе с тем, если судить о деятельности региональных средств массовой информации, рассмотрим в данном контексте ленту регионального сообщества в социальной сети «ВКонтакте» «Мой Тамбов», то преподносимые сведения зачастую лишены какой-либо субъективной окраски, реципиентам преподносятся факты об определенных событиях жизни областного центра. Например: «В Тамбове иномарка сбила подростка на велосипеде. Происшествие случилось днем 21 апреля на улице Карла Маркса в Тамбове. Как рассказали в региональной Госавтоинспекции, 42-летний водитель Volkswagen Caravelle сбил 13-летнего мальчика на велосипеде «ВМХ»». Или другой пример новостной статьи: «Памятник Зое Космодемьянской передадут из федеральной в муниципальную собственность. Памятник Зое Космодемьянской в Тамбове планируют передать из федеральной собственности в муниципальную. Решение о согласовании перечня имущества, предлагаемого к безвозмездной передаче, предстоит принять депутатам Тамбовской городской думы на очередном заседании, которое назначено на 26 апреля» [1].

На основании изложенного, можно сделать вывод о том, что как-либо ограничить манипулятивную деятельность средств массовой информации в современных общественно-политических реалиях не представляется возможным, вместе с тем данное явление стало неотъемлемой частью коммуникативных отношений и одним из наиболее эффективных инструментов обработки и распространения информации. Данные инструменты возможно научиться выявлять и анализировать, критически относясь к сведениям, транслируемым современными СМИ. Кроме того, следует отметить, что для федеральных СМИ использование субъективизма и манипулятивных инструментов в ходе подачи информации наиболее распространены, в то время как для региональных СМИ в большей степени характерна подача информации в виде «голых фактов».

Список используемой литературы:

1. URL: <https://vk.com/tambovmoy>
2. URL: <https://www.1tv.ru/>
3. Герберт Шиллер. Манипуляторы сознанием: пер. с англ. / науч. ред. Я.Н. Засурский. М.: Мысль, 1980.
4. Корконосенко С.Г. Основы творческой деятельности журналиста: учебник. СПб.: Знание, 2019. 272 с.
5. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи: из наблюдений за речевой практикой масс-медиа. СПб.: Златоуст, 1999. 246 с.
6. Кузин В.И. Психологическая культура журналиста: учеб. пособие. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2004. 205 с.
7. Сметанина С.И. Медиакультура в системе культуры. СПб., 2012. 383 с.
8. Соколова Г.В. Онтологический аспект значимости оценочной лексики в СМИ // Вестник Адыгейского государственного университета. 2020. Вып. 4 (107). С. 34-38.