

Влияние СМИ на социальные общности: методы воздействия

Научный руководитель – Аверин Юрий Петрович

Карпова Елизавета Николаевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра методологии социологического исследования, Москва, Россия

E-mail: liza_karпова_92@mail.ru

Методы, используемые современными СМИ для воздействия на целевую аудиторию, попадают под определение методов манипуляции, а само по себе воздействие СМИ можно приравнять к манипуляции. Манипуляция в общем смысле - это скрытое воздействие на человека (группу людей) с целью изменить мнение или поведение человека (группы людей) в целом. Методы, используемые в таких случаях манипуляторами, используются для достижения целей самих манипуляторов. Любое социальное воздействие может быть скрытой манипуляцией. Причём сама по себе манипуляция нейтральна и только при использовании методов манипуляции для достижения тех или иных целей, манипуляция приобретает положительную или отрицательную моральную окраску.

Говоря о методах манипуляции, стоит отметить тот факт, что разные авторы выделяют различные методы манипулирования в качестве основных механизмов манипуляции, зачастую, они перекликаются между собой. Выделим некоторые из них.

В целом, в зависимости от специфики коммуникативной ситуации технологии манипулирования можно разделить на два типа: те, которые применяются в условиях живого коммуникативного воздействия и те, которые применяются в ситуации использования СМИ и массовой коммуникации.

Основными субъектами манипуляции в области профессиональной манипуляции являются властные структуры, такие как:

- государственная власть (политики, партии)
- экономическая и финансовая власть (корпорации, банки, монополии и тд.)
- власть прессы (СМИ)
- религиозная власть (церкви)

Стоит отметить, что многие из этих сфер взаимопереплетены и в свою очередь сами эти структуры могут подвергаться манипуляции организаций и частных лиц.

Если на данный момент не существует группы, через которую манипулятор мог бы работать, то манипулятор может создать такую группу, создавая ей условия для самоорганизации. На первой стадии необходимо провести целенаправленную пропаганду, затем, на второй стадии, отчасти через прессу создаются подгруппы. Во главе стоят «свободные помощники» [6]. Кто такие эти «свободные помощники»? Это может быть любой человек из нашего окружения: члены нашей семьи, друзья, родственники.

Отдельно стоит отметить метод пропаганды, который активно стал использоваться современными медиа. Существует несколько видов пропаганды, которые в литературе различаются по цвету: «белую», «серую» и «чёрную» [5].

В условиях перегруженности информацией растёт невосприимчивость к традиционным формам охвата, что порождает манипуляторов искать новые способы и формы воздействия на социальные общности, а индивидов вынуждает всё чаще полагаться на самые примитивные виды социальных контактов. Данный феномен Малкольм Гладуэлл назвал

«веком молвы» [3]. Наше мышление становится более стереотипизированно, а, получаемая информация - менее достоверной. Стереотипизации подвергается не только мышление единичного индивида, но и социальных групп. В связи с этим можно сделать вывод о том, что методы воздействия СМИ развиваются с развитием технологий, при этом формируют поведение и ценностные ориентации социальных групп и отдельно взятых индивидов. Они могут применяться как для локальных целей в краткосрочной перспективе, так и для глобальных, например, таких как нивелирование культурных и социальных различий или же, наоборот, для разжигания национальных конфликтов.

Источники и литература

- 1) Гаврилов А. А. Средства воздействия СМИ на общественное сознание в условиях информационного общества / А. А. Гаврилов // Молодой ученый. — 2012. — №8. — С. 152-155.
- 2) Герберт Шиллер. Манипуляторы сознанием. Издательство: Мысль - 1980 г. - 326 стр.
- 3) Гладуэлл Малкольм. Переломный момент. Как незначительные изменения приводят к глобальным переменам. — Альпина Паблишер, 2015. - 374 с.
- 4) Каландаров К. Х. Управление общественным сознанием. Роль коммуникативных процессов. — М.: Гуманитарный центр «Монолит». — 1998.
- 5) Кара-Мурза С. Г., Смирнов С. В. Манипуляция сознанием-2. — М.: Эксмо, Алгоритм, 2009. — 528 с.
- 6) Elias Erdmann “Methoden der Manipulation” [Electronic resource] / Elias Erdmann — Режим доступа: <https://ru.scribd.com/doc/9233627/Elias-Erdmann-Methoden-der-Manipulation-ebook>