

**Медиа, власть и общественное сознание**

**Научный руководитель – Чудновская Ирина Николаевна**

***Касаткина Екатерина Дмитриевна***

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия  
*E-mail: katykasat@gmail.com*

Тема медиатизации современного мира становится все более актуальной. Данный процесс затронул все сферы жизни современного человека: культуру, религию, образование, политику и многие другие. Эффект медиатизации проявляется, в первую очередь, в том, что реальность, созданная медиа, начинает «конкурировать с действительной реальностью, формируя общие картины мира для больших групп людей, создавая им базу для ориентации в окружающей среде, контроля над ней, координации, формирования ценностей, передачи социального опыта последующим поколениям» [1]

С течением времени медиа начинают все ярче проявлять себя в области публичной политики, поскольку играют ключевую роль в формировании, функционировании и эволюции общественного сознания. В настоящее время восприятие и интерпретация событий, происходящих в политической жизни страны, происходит сквозь призму массмедиа, превращающихся в посредников между объективной реальностью и аудиторией.

Взаимосвязь между медиа и властью, медиа и политикой давно изучается социологами разных стран, однако, единого мнения по данному вопросу не существует. Некоторые ученые рассматривают медиа как некоего партнера власти [2]. В этом качестве они являются источником информации для политиков, выполняют «сигнальную» функцию, обращая внимание властных структур на актуальные общественные проблемы, одновременно позволяя дать собственную оценку происходящему. Именно медиа становятся площадкой для дискуссий, облегчая взаимодействие между властью и обществом. Они координируют действия представителей власти и населения при возникновении кризисных ситуаций, способствуют легитимации политических решений и влияют на уровень лояльности граждан.

С этой точки зрения медиа предстают как институт, поддерживающий власть, или как инструмент, используемый политиками для оказания воздействия на население. Однако, нельзя не отметить, что массмедиа дают гражданам возможность контролировать властные структуры, открывая доступ к информации о политическом процессе как таковом, высказывать собственное мнение относительно происходящего и даже влиять на него.

Невозможно обойти стороной способность медиа видоизменять любое явление, факт или событие в зависимости от целей заинтересованных в этом лиц. Потребители информации начинают воспринимать ее иначе, получая новую «псевдореальность» взамен объективно существующей. Путем формирования в массовом сознании определенных моделей восприятия действительности, медиа и политические силы получают существенные возможности для манипулирования населением и контроля над ним [3]. Одним из наиболее перспективных инструментов в этой сфере являются социальные медиа, позволяющие быстро и широко распространить новую версию развития того или иного события и обновленное представление о нем.

Некоторые исследователи [4] полагают, что массмедиа приходят на смену политическим институтам, становясь главным механизмом функционирования и регулирования политического процесса. Особенно ярко данная тенденция проявляется во время выборов.

Медиа оказывают сильное влияние на мнение избирателей относительно того, какой из кандидатов является наиболее подходящим для того или иного политического поста.

Взаимосвязь между медиа и властью можно раскрывать и следующим образом: современная политика разворачивается в медиа. Они представляют собой некое «пространство создания власти» [5]. Медиа структурируют пространство, в котором происходит распределение властных отношений между социальными и политическими акторами. Почти все участники и создаваемые ими сообщения передаются аудитории посредством медиа, которые не являются нейтральными участниками этого взаимодействия, а преследуют собственные цели.

В настоящее время массмедиа способны манипулировать массовыми коммуникативными процессами, создавая «повестку дня», отражающую позицию основных игроков на политическом поле или их собственное. Это происходит следующим образом: сначала определенная информация посредством медиа попадает к массовому читателю и другим представителям массмедиа. Потом происходит ознакомление с полученными сведениями и их обсуждение, включающее написание комментариев к новости в Интернете, статей в блогах и социальных сетях. В то же время медиа, имеющие и не имеющие отношение к публикации первоначальной информации, создают собственные тексты, связанные с темой события, но с собственными наблюдениями, мнениями, оценкой.

В заключение хотелось бы отметить, что растущее влияние медиа на политические процессы, общественное сознание, и как следствие, на социальную жизнь требует комплексного междисциплинарного анализа со стороны социальных наук.

#### Источники и литература

- 1) Чудновская И.Н. Медиатизированное общество как перспективный объект социологии // IX Международная научная конференция Сорокинские чтения: Приоритетные направления развития социологии в XXI веке: К 25-летию социологического образования в России. Сборник материалов. Электронное издание. – 857 с. ISBN 978-5-19-011040-1. — Издательство Московского университета Москва, 2014. — С. 809–811.
- 2) Виноградова К.Е. Роль масс-медиа в политической системе общества // Журналистский ежегодник. 2013. №2-1 С.64-67.
- 3) Володенков С.В. Медиапространство в системе современного политического управления массовым сознанием // Вестник Российской нации. — 2015. — № 6. — С. 156–163.
- 4) Калмыков А.А. Четвертая политическая сила // Вестник РГГУ. Сер.: Политология. Социально-коммуникативные науки. 2012. № 1. — С. 21-28.
- 5) Кастельс М. Власть коммуникации [Текст] / М. Кастельс; пер. с англ. Н.М. Тылевич; под науч. ред. А.И. Черных; Нац. Исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016.