

Студент 2 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеця

ПОЛИТИЧЕСКОЕ ВЛИЯНИЕ СМИ. ИНТЕРНЕТ И ДЕМОКРАТИЯ

Аннотация. Рассмотрена роль средств массовой информации в современном обществе, а также их влияние на политическое сознание граждан. Исследованы теории относительно влияния Интернета и его роли в качестве гаранта демократии.

Анотація. Розглянуто роль засобів масової інформації в сучасному суспільстві, а також їхній вплив на політичну свідомість громадян. Досліджено теорії відносно впливу Інтернету та його ролі в якості гаранта демократії.

Annotation. The role of mass media in modern society, as well as their influence on the political consciousness of citizens are examined. The theories regarding the influence of the Internet and its role as a guarantor of democracy are separately investigated.

Ключевые слова: политическое сознание, демократия, информация, манипулирование.

Средства массовой информации являются неотъемлемой частью политики. Непосредственное обладание информационной властью – прерогатива СМИ. Они выполняют множество политических функций. Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что современное развитие информационных технологий способствует усилению влияния средств массовой информации (СМИ), Интернета в частности, на индивидуальное и общественное сознание.

Исследованием данного вопроса занимались многие ученые и журналисты, такие как Вершинин М. С., Негодаев И. А., Гончаров М. А.

Рассмотрение функций СМИ и методов их влияния на общественное сознание является целью данной работы.

Информатизация общества, его культуры формирует мощные технические средства передачи и распространения информации среди широких слоев населения. В свою очередь, эти технические средства являются стимулом дальнейшей информатизации общества. Роль СМИ настолько велика в современном обществе, что их часто называют "четвертой властью" [1, с. 117]. СМИ формируют общественное мнение, заключающее в себе скрытое или явное отношение различных социальных общностей к проблемам и событиям.

Приемы воздействия на аудиторию довольно разнообразны. Один из них – фабрикация фактов. Как политики, так и деятели современной прессы часто заявляют, что СМИ не фабрикует факты – это дорого и опасно. "Honesty is the best policy": если речь идет о фактах, гораздо выгоднее быть честным, чем их сознательно скрывать. Но при этом СМИ широко используют принцип "демократии шума" – потопление в хаотическом потоке информации сообщения, скрыть которое невозможно. Часто используется манипулятивная семантика (изменение смысла слов, подмена понятий). Разновидностью лжи в прессе является "конструирование" сообщения из обрывков высказывания с изменением контекста, при этом создается совершенно иное звучание, создается иной смысл. Также широко используется метод упрощения (стереотипизации). В отличие от высокой культуры, СМИ предназначены именно для массы. Было сформулировано такое правило: "Сообщение всегда должно иметь уровень понятности, соответствующий коэффициенту интеллектуальности примерно на десять пунктов ниже среднего коэффициента того социального слоя, на который рассчитано сообщение" [2]. Это позволяет внушить аудитории мысль в краткой, максимально доступной и впечатляющей форме.

Важной стороной упрощения является разделение информации на фрагменты так, чтобы потребитель не смог связать ее воедино и осмыслить проблему в ее целостности. Одним из условий успешной и "оправданной" фрагментации проблем является срочность информации, придание ей характера незамедлительности и неотложности, что усиливает ее манипулятивную способность [3].

СМИ приучают людей мыслить стереотипами и клише, тормозя их духовное и интеллектуальное развитие ради легкого управления и манипуляции обществом. Этому способствует метод закрепления нужной информации в сознании. Повторение делает утверждения более убедительными и превращает их в навязчивые идеи. В конце концов, люди начинают проникаться ими или даже воспринимать как свои собственные.

Интернет является одной из составляющих СМИ. Изучение его роли в качестве гаранта демократии является одним из самых перспективных направлений в политологии. Исследование этого вопроса вызывает дискуссии среди ученых и политиков.

Существует три основные теории на этот счет. Согласно популистской точке зрения, каждый может индивидуально влиять на правительство благодаря Интернету. Сторонники этой теории, Э. Коррадо и Ч. Фейрстоун считают, что средства коммуникаций частично определяют степень политической активности избирателей.

Коммунитаристская теория утверждает, что благодаря Интернету будет осуществлена перестройка связей между различными социальными слоями населения, и основная функция Интернета будет заключаться в формировании и развитии "сообщества" (Х. Рейнгольд). Сообщество создается, когда люди взаимодействуют друг с другом в сети Интернет достаточно длительное время.

Если популистская теория касается изменений во взаимодействии граждан с правительством, то ожидания сторонников коммунитаристской теории основываются на усилении взаимодействия граждан между собой.

Теория "ускоренного развития плюрализма" утверждает: сама сущность плюрализма не изменится вследствие увеличившихся возможностей получения и обмена информацией, поскольку люди обращают внимание лишь на те политические проблемы, которые им интересны, остальные же они склонны игнорировать. В соответствии со вторым положением, информационный поток облегчает привлечение жителей к участию в политическом процессе, который значительно ускорится. С точки зрения концепции "ускоренного развития плюрализма", Интернет способствует разветвлению современной политической системы и переходу к более гибкой системе [4, с. 101].

Подводя итоги, следует отметить огромные возможности активного воздействия СМИ на сознание и поведение граждан. Они оказывают влияние почти на все сферы и институты общества, включая политику, здравоохранение, образование, религию; являются важнейшими инструментами реализации политического процесса. Это свидетельствует о весомой роли "четвертой власти" в современном обществе.

Научн. рук. Потоцкая Ю. И.

Литература: 1. Негодаев И. А. Информатизация культуры / И. А. Негодаев. – Ростов н/Д : Книга, 2003. – 388 с. 2. <http://www.sociosinfo.ru/socios-1195-3.html>. 3. Гончаров М. А. Влияние СМИ на социальный статус личности [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.elitarium.ru>. 4. Вершинин М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе: перспективные направления исследований / М. С. Вершинин // Актуальные проблемы теории коммуникации. Сборник научных трудов. – СПб., 2004. – С. 98–107.