

Специфика современного медиаманипулирования

Научный руководитель – Спартак Сергей Андреевич

Байдракова Ника Константиновна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: baidrakova565@mail.ru

Работа посвящена исследованию теоретических подходов к изучению методов манипулирования общественным сознанием в коммуникационной отрасли, историографическому анализу медиаманипуляций как инструмента политического воздействия в контексте информационных войн и политической пропаганды, а также изучению практических аспектов манипулирования в медиа на основе зарубежного и российского опыта.

Выбор темы работы предопределил дух современного постиндустриального, т. н. информационного общества вместе с его тенденциями к регулированию и надзором за каждой социальной сферой человеческой жизни, которое наиболее точно, по моему мнению, описал Мишель Фуко, историк и теоретик культуры, один из самых влиятельных философов XX века, в своей книге «Археология знания», вводя термин эпистема, как сменяющих друг друга «...совокупностей связей, которые в каждую конкретную можно найти между науками, анализируя их на уровне дискурсивных закономерностей...». Фуко застал эпоху информационных технологий и предположил, что человечество находится на пороге новой, четвертой эпистемы — эпистемы контроля, сущность которой проявляется в том, что во всех формах дискурсивной стороны жизни общества действует система контроля и манипулирования информацией. Сегодня, мы как поколение, испытывающие на себе всеобъемлющее давление забот нынешней эпохи, можем убедиться в правдивости прогнозов Фуко относительно изменения статуса знания. Мир, в котором мы живём, невозможен без манипулятивного воздействия со стороны средств массовой коммуникации, ведь ежедневные и совершенно обыденные действия цифровизированы — от общения до совершения покупок — всегда оставляют за собой «информационный след», обеспечивающий расширение возможностей сбора и анализа данных, что создаёт благоприятную среду для реализации стратегий контроля и манипулирования, направленных на достижение политических, экономических и иных целей.

Цель работы состоит в выявлении основных особенностей медиаманипулирования как феномена воздействия и изменения восприятия общественности тех или иных явлений и событий.

Достижение поставленных целей потребовало решение следующих задач:

1. Раскрыть основные понятия, виды и уровни медиаманипуляций;
2. Провести анализ влияния медиатекста, экранных СМИ, рекламы, интернета на когнитивную, эмоциональную сферу личности, на поведение человека, межгрупповые отношения, общественные и политические процессы;
3. Выявить текущие тенденции медиаманипулирования на основе исследований, проведенных в зарубежных странах, а так же на опыте отечественных средств массовых коммуникаций.

Исследование базируется на общенаучной методологии. В процессе исследования использовались следующие методы: наблюдательный (эмпирический), статистический, причинно-следственный (каузальный), моделирования (научной абстракции).

В ходе подготовки данной работы был проведен анализ различных источников, среди которых работы теоретиков и практиков медиа, практикующих пиар-специалистов, философская литература, учебные пособия, материалы интернета по изучаемому вопросу. Была изучена научная литература, проанализированы материалы периодической печати: статьи из журналов «Российская школа связей с общественностью: ежегодный альманах», «PR-технологии в информационном обществе», «Пресс-служба: имидж медиа» и другие.

Источники и литература

- 1) Абельсон, Р. П. Структуры убеждений / Р. П. Абельсон / Язык и моделирование социального взаимодействия. - Благовещенск, 1998. - 317-380 сс.
- 2) Бернейс Э. Пропаганда / Пер. с англ. - М.: Hippo Publishing, 2010. -176 с.
- 3) Бернейс Э. Формирование общественного мнения / Э. Бернейс — «Издательство АСТ», 1923
- 4) Доценко, Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е.Л. Доценко. - М., 1996. - 344 с.
- 5) Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. - М.: Алгоритм, 2000. - 864 с.
- 6) Манойло, А. В. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны / А.В. Манойло, А. И. Петренко, Д.Б. Фролов. - М., 2003. - 541 с.
- 7) Пономарев Н. Ф. Связи с общественностью: социально-психологические аспекты: учебное пособие. — СПб.: Питер, 2008. - 208 с.: ил. — (Серия «Учебное пособие»).
- 8) Соловей В. Абсолютное оружие. Основы психологической войны и медиаманипулирования. - М.: Эксмо, 2015. - 320 с.
- 9) Черкасова В. П. Медиа-манипулирование общественным политическим сознанием: Телевидение и Интернет — М.: Весь Мир, 2019. — 150 с.
- 10) Шиллер, Г. Манипуляторы сознанием / Г. Шиллер. - М., 1980 - 326 С.
- 11) Юнацкевич, П. И. Психология обмана: учебное пособие для честного человека / П. И. Юнацкевич, В. А. Кулганов. - СПб., 1999. - 248 с.