Попова И.А.

**Электронные СМИ в политическом процессе: формирование общественного мнения или манипулирование им?**

За последние годы электронные СМИ (средства массовой информации) увеличились в разы. Телевидение, радио, интернет – все это расширяет возможности человека в получении и распространении информации. Глобальная информатизация затрагивает практически все сферы жизни современного общества, и, безусловно, оказывает определенное воздействие на них. Будь то социальная, духовная, экономическая и даже политическая сферы [1]. Как раз на последней мне и хотелось бы более подробно остановиться.

Неотъемлемой частью политики являются средства массовой информации. Как известно, современные электронные СМИ, а так же связанная с ними массовая культура имеют очень сильное влияние на общество и национальных лидеров. Государственные институты и политические партии в этом случае не имеют существенного влияния на средства массовой информации. Также искусство создаваемых образов и манипулирование общественным мнением (под общественным мнением подразумевается форма массового сознания, в котором проявляется отношение различных групп людей к событиям и процессам действительной жизни, затрагивающие их интересы и потребности [2]) достигло такого технологического уровня, при котором можно формировать своего рода «виртуальную реальность» среди широких масс населения. Благодаря этому, рассматриваемая мной тема становится все актуальнее с каждым днем. Тогда вот в чем вопрос: влияют ли электронные СМИ на формирование общественного мнения, или это действительно манипулирование? Постараемся более подробно в этом разобраться.

Думаю, что каждый сталкивался с различными статьями в интернете по поводу политических вопросов. И, что самое интересное, сколько людей - столько и мнений. Но есть и такие, которые, придерживаясь какой-либо своей точки зрения, после нескольких, пусть даже не самых лучших аргументов, меняли свое мнение на другое, порой даже противоречивое изначальному. То же самое можно сказать и про телевидение, и про радио. Особенно активно они начинают работать перед какими-либо выборами, как бы влияя на политическое сознание каждого человека, а затем и на общественное мнение в целом. Это связано с тем, что общественное мнение можно определить как коллективную оценку тех вопросов, которые представляют совместный интерес. Общественное мнение может существовать только через индивидуальные мнения. Оно носит, я бы сказала, некий интегративный характер, выражающий общий разум. Зарождаясь изначально как индивидуальное мнение людей по поводу общественных проблем, затрагивающих отдельные интересы, оно в ходе совместного общения, в процессах массовой коммуникации образуется в общее мнение социальных групп. Постоянно растущая роль СМИ в процессе информирования политического большинства, а так же формирования общественного мнения базируется на том, что средства массовой информации оставляют только нужную, общую и выгодную информацию, тем самым формируя нужное общественное сознание. Из этого следует, что СМИ влияют на массовое политическое сознание. Дело в том, что субъекты информационного пространства (телевидение-зритель, например) находятся в определенных отношениях друг с другом. Таким образом, они не могут не воздействовать сами и не испытывать воздействия на себя. Средства массовой информации имеют большие возможности для активного влияния не только на восприятие гражданами отдельных политических явлений и событий, но так же и на их отношение к политике в целом. Примером может служить то, что если мы видим проблему с федеральным бюджетом, или какие-то другие проблемы, то мы обычно говорим, что наша политика, как и правительство, никчемны. Также средства массовой информации влияют на политическую пассивность населения в каком-либо вопросе и, конечно же, на его массовую активность, которые непосредственно связаны с позицией СМИ в этом вопросе. Если, так скажем, по телевидению мы видим перед выборами президента, например, что наше будущее в наших руках, и наш голос может поменять многое, то мы, естественно, будем голосовать. Определенно, что это связано с какими-либо политическими целями. Таковыми могут являться: стремление к справедливости, свободе, достоинству, просвещение людей, запугивание и т.д.

Электронные СМИ не только критикуют недостатки в политике и обществе, но и обеспечивают представителям различных общественных групп возможность публично выражать свое мнение. Большинство из них находят и объединяются с единомышленниками. Их сплачает общность целей и убеждений, что позволяет четко формулировать и представлять в общественном мнении свои интересы. Примером могут служить различные форумы в интернете, группы «ВКонтакте», которые существенно набирают обороты среди молодежи. Они в основном основываются в связи с какими-то яркими событиями, произошедшими в стране. Обсуждению подлежит практически все: начиная от социально-экономического положения в стране и заканчивая тем, кто достоин поста Президента РФ. Я как активный пользователь соц. сетей неоднократно уже замечаю, что на данный момент наиболее обсуждаемыми темами являются: ситуация в Сирии и Украина. Причем телевидение в этом плане вообще не отстает. Каждый из них пытается представить информацию как можно раньше, не учитывая всех обстоятельств, или же наоборот, пытаясь связать мелочи с чем-то глобальным. Плюс к этому еще добавляется своя оценка видения ситуации.

Таким образом, мы видим, что все-таки электронные СМИ все-таки манипулируют общественным мнением, формирует общественное сознание, а также управляет людьми посредством коммуникации. Причем информационно-психологическое воздействие может быть направлено не только на соотечественников, но и на зарубежных противников, что позволяет существенно уменьшить количество людских жертв и материальных затрат на ведение военных действий. Но, как показывает суровая реальность, бывает и иначе, когда народ другой страны пытаются настроить против своих же, казалось, соотечественников. Это доказывает ситуация на Украине и отдельно их средства массовой информации.

В современном обществе человек подвергается одновременному воздействию со стороны печатных СМИ, радио и телевидения, а значит, своего рода манипулированию. Укрыться от информационных потоков практически невозможно, где бы ни находился объект их воздействия. Большую роль в этом плане сыграло изобретение переносных и автомобильных радиоприемников и телевизоров. Ориентироваться в огромном объеме информации крайне трудно, так как человек не всегда имеет возможность проверить достоверность получаемых сведений. Порой ему не остается ничего иного, как принимать предлагаемую информацию на веру.

Мы становимся свидетелями того, как на смену индустриальному обществу приходит общество информационное, и оно преобразует как экономику всего мира, так и его политические институты, характер суверенитета и традиционно сложившихся отношений между правительствами и народами, между людьми и властью. Мы на пути к миру, в котором производство и распространение информации оттесняет на второй план материальное производство. Независимая плюралистическая печать, теле- и радиовещание и электронные средства массовой информации несомненно играют важную роль в мире и в демократическом обществе. В связи с этим большое значение приобретают внутригосударственные и глобальные механизмы, гарантирующие недопущение использования свободы слова и новых информационных и коммуникационных технологий для разжигания национальной розни, ксенофобии, экстремистских настроений, терроризма, популяризации антиобщественных явлений и антигуманизма. Средства массовой информации должны быть инструментами содействия предотвращению и урегулированию кризисов.

Сегодня информация является важным средством формирования национального и международного общественного мнения. Многополярный мир - это наличие широкого спектра информационных полюсов. Вместе с тем информационное поле продолжает оставаться сферой, потенциально несущей в себе угрозы поддержанию мира и безопасности. Несмотря на важность эмоционального воздействия, все же главное влияние на политику СМИ осуществляют через информационный процесс. Основными этапами этого процесса являются получение, отбор, препарирование, комментирование и распространение сведений. От того, какую информацию, в какой форме и с какими комментариями получают субъекты политики, очень во многом зависят их последующие действия.

В современном обществе все более актуализируется роль СМИ как средства политической власти в управлении обществом. Устойчивость власти, степень одобрения ее действий обществом, т.е. поддержание высокого уровня легитимности, находится в прямой взаимосвязи с ее информационно-коммуникативными свойствами. В тоже время активное использование современных информационно-коммуникационных технологий позволяет в некоторой степени программировать поведение общества, устанавливать так называемую «политическую повестку дня». Современную политику невозможно представить без средств массовой информации. Проблема роли российских средств массовой информации в предвыборной агитации значима в связи с тем, что сейчас они активно вовлечены в выборы на всех уровнях (муниципальных, региональных, федеральных). Проблема участия СМИ в предвыборной кампании и избирательном процессе в целом остается актуальной в связи с тем, что политики используют СМИ как в положительном, так и в отрицательном аспектах. На практике в ходе предвыборной агитации нарушаются как морально-нравственные принципы, так и нормы права, порочатся оппоненты, широко используется «черный пиар». Все эти явления подрывает как авторитет СМИ, так и репутацию кандидатов, а избирательный процесс в целом превращается в шоу.

**Список использованной литературы:**

1. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / под общ. ред. В.С. Комаровского. – М.: РАГС, 2001. – 520 с.
2. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита.- М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. - 344 с.
3. Система средств массовой информации России / Я. Засурский, М. Алексеева, Л. Болотова. - М.: Аспект-пресс, 2003. - 259 с.