

**Секция «Политические науки»**

**Капитал доверия общества СМИ в сфере политики (на примере  
Волгоградской области)**

***Ермакова Светлана Сергеевна***

*Студент*

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы, Волгоградский  
филиал, Факультет государственного и муниципального управления, Волгоград,  
Россия*

*E-mail: 17-svetlana-07@mail.ru*

Проблема манипулирования общественным мнением в политической сфере в России в настоящее время имеет высокую актуальность. Изучением данной проблемы занимаются представители разных наук – психологи, социологи и политологи.

Политическое манипулирование – это скрытое управление политическим поведением и сознанием людей, с целью принудить их действовать или бездействовать вопреки своим собственным интересам [3]. Это явление широко распространено и в современной российской политике, так как на политической арене и действующая власть, и оппозиция используют различные способы, приемы и технологии манипулирования при помощи СМИ. Последние в свою очередь имеют большую распространенность и охватывают огромную аудиторию, являясь основным источником информации о политической жизни страны и мира в целом. Таким образом, СМИ позволяют создавать информационное поле субъекта, что делает СМИ мощным средством воздействия на социальные группы, а также на отдельные личности [2]. Вследствие этого масс-медиа становятся значимым ресурсом влияния политиков на общество. Таким образом, например, провластные СМИ воздействуя на индивидуальное и массовое сознание граждан, формируют общественное мнение, которое является залогом легитимности власти.

В свое время Г. Шиллер писал, что успешное применение манипулятивных технологий приводит «к пассивности индивида, к состоянию инертности, которое предотвращает действия. . . пассивность гарантирует сохранение статус-кво» [4]. Именно этого состояния индивида и общества в целом стремятся добиться властные структуры посредством СМИ.

Но, к сожалению, в настоящее время кредит доверия общества власти снижается, так как люди устали от постоянных манипулятивных кампаний и пренебрежения действующей властью и оппозицией базовыми принципами демократии: открытой политической борьбой, равенством возможностей и состязательностью. И вместо соблюдения данных принципов представители властных структур ведут нескрываемую информационную войну с помощью манипулятивных технологий в СМИ.

В мае – июле 2013 г. автором было проведено исследование с целью выявления уровня доверия граждан СМИ, а также оценка манипулятивного воздействия на общественное мнение со стороны масс-медиа. В исследовании приняло участие 200 респондентов, проживающих в Волгоградской области, в том числе 10 экспертов (политологов).

На вопрос о достоверности освещения СМИ политической обстановки в стране, граждане ответили, что информация дается частично (41,7%) или с искажением (40%); 66,7% экспертов ответили – частично.

Наиболее достоверным источником информации жители Волгоградской области считают Интернет, которому доверяют на 49,9% и телевидение – на 48,8%, эксперты отдают свое предпочтение в основном Интернету, доверяя ему на 68,9%.

Только 56,6% граждан считают, что в СМИ отражается точка зрения общества по тем или иным политическим вопросам, причем наибольшее отражение она находит в Интернете и телевидение. Среди экспертов так считают 77,8%, но отдают предпочтение периодической печати и телевидению.

80,6% граждан предполагают, что СМИ могут влиять на политические взгляды общества, из которых 58,9% отмечают незначительное влияние масс-медиа на их мнение и только 12,8% признают, что информация, поступающая из СМИ, оказала сильное влияние на их политические взгляды. В свою очередь 100% экспертов убеждены в том, что СМИ оказывают влияние на формирование общественного мнения, 44,5% из них признают незначительное влияние на становление их политических взглядов.

На вопрос «Как Вы считаете, какие СМИ оказывают наибольшее влияние на формирование политических взглядов общества?», 70% жителей Волгоградской области считает, что телевидение, а эксперты в этом убеждены на 100%. При этом 21,1% граждан и 77,8% экспертов утверждают, что на их политические взгляды никакие СМИ влияние не оказали.

Из результатов проведенного исследования можно сделать вывод, что большая часть жителей Волгоградской области и эксперты знают о том, что их мнение является объектом манипулирования власти по средствам СМИ, в результате чего их доверие масс-медиа значительно сокращается из года в год. Вследствие этого нарастает недовольство не только медиа пространством, но и действиями представителей властных структур, так как граждане связывают их деятельность между собой, что может повлечь взрыв общественного недовольства и делегитимацию власти.

Здесь уместно вспомнить слова известного французского социолога и философа П. Бурдьё: «Политический капитал является формой символического капитала, кредитом основанном на вере и признании. . . с помощью которых агенты наделяют человека той самой властью, которую они за ним признают» [1].

Чтобы не допустить данной тенденции, представителям властных структур следует задуматься о том, что превращая СМИ в арену политических боев практически без правил, они открыто демонстрируют обществу свои «грязные» технологии манипулирования, которые направлены именно на граждан.

Для повышения доверия общества СМИ можно рекомендовать, как один из вариантов, создать специальный орган общественного контроля на федеральном, региональном и муниципальном уровнях, который будет следить за соблюдением масс-медиа этических и правовых норм. Примером наличия подобного органа является Франция, где создан Высший совет по аудиовизуальной коммуникации. Данная инстанция позволяет не только контролировать частные и государственные СМИ, но и выдает им лицензии на право выпуска информации.

Чтобы обезопасить граждан от манипулятивного воздействия политических сил через СМИ следует развивать информационную культуру. Так, например, можно ввести курс по информационной политике в ВУЗах, и даже адаптировать его для школьников. Таким образом, люди научатся без лишних затрат сил и энергии делать критический анализ получаемой информации из масс-медиа.

### **Литература**

1. Бурдые П. Социология политики: Пер. с фр./ Сост., общ. ред. и предисл. Н.А. Шматко/ М.: Socio-Logos, 1993.
2. Кузнецова Н. Управление политической информацией и манипуляция общественным сознанием // Власть. 2011. №11. С. 19-21.
3. Пугачев В.П., Соловьев А.И. Введение в политологию. М.: АСПЕКТ ПРЕСС, 2000.
4. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М.: МЫСЛЬ, 1980.

### **Слова благодарности**

Брагодарю за удобный сервер) и возможность участвовать вконференции.