

Секция «Политическая коммуникация в современном мире»
Роль СМИ в политической жизни населения

Пигалов Вадим Игоревич

Студент (бакалавр)

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск, Россия

E-mail: vadimpigalov@gmail.com

С каждым годом СМИ играют все большую и большую роль в жизни общества, что проявляется в их постоянном совершенствовании, охвате совершенно различных сфер жизнедеятельности человека, выполнении самых разнообразных функций, начиная от простого информирования о тех или иных событиях, происходящих в мире, стране, регионе, заканчивая формированием социального пространства, оказанием воздействия на политическое сознание и поведение.

Проникновение СМИ в политическую жизнь общества чрезвычайно многоаспектно. Средства массовой информации играют различные социально-политические роли - организатора, объединителя, консолидатора общества, его просветителя. Но в тоже время, они могут выступать и в качестве разрушителя, играя дезинтегрирующую, разъединительную роль. [1, с.89-90]

Кроме того, СМИ способны социализировать, «приземлять» политические стратегии и тактические замыслы, делая их доступными и понятными большинству населения, а также выступать в качестве важнейшего источника и фактора формирования социально активной личности, политического сознания, быть стимулятором групповой активности. [3, с.3-4]

В подтверждении данного суждения отметим результаты, полученные в результате проведения собственного прикладного социологического исследования «Социально-политическая активность граждан: проблемы и перспективы», отдельным аспектом которого стало изучение СМИ как фактора формирования социально-политической активности (исследование проведено в г. Ульяновск в 2015 году при выборке 360 человек, эмпирическим объектом которого стали представители разных социальных групп, разделенных по возрасту и уровню образования).

Так, СМИ и сеть Интернет являются одними из основных факторов формирования политических взглядов вне зависимости от возраста (от 37% до 48% в каждой возрастной группы). Среди других агентов политической социализации зачастую выступает семья (19%), общественное мнение (13%) и друзья (11%). Однако, данные показатели заметно уступают деятельности СМИ. В тоже время политические партии и политические лидеры в формировании политических убеждений и вовсе играют незначительную роль (5% и 8% соответственно).

Наибольшей востребованностью в получении политической информации среди жителей города пользуется телевидение (от 73% до 86% в различных возрастных группах) и Интернет-ресурсы (от 46% до 58%), которые в той или иной степени затрагивают политику, формируют повестку дня, выделяя определенные события (проблемы, темы, явления) и акцентируя на них внимание, заставляя тем самым аудиторию воспринимать предложенные сведения как наиболее важные.

Получается, что СМИ, создают и транслируют определенный медиаобраз, который в дальнейшем выступают посредником между реальностью и познающим субъектом, однако подобный посредник может исказить (как бессознательно, так и сознательно) информацию о реальности, препятствовать ее объективному восприятию.

Все это приводит к тому, что реципиент имеет дело не с событиями и фактами как таковыми, а с их медиаобразами. С одной стороны, медиаобраз есть форма отражения реальной действительности, но с другой, он позволяет изменять любое событие до неузнаваемости, в результате чего у аудитории возникает искаженное представление о получаемой информации.

Процесс пребывания человека в медиареальности заключается в том, что индивид практически не замечает процесса погружения, в течение долгого времени не осознает свое присутствие в медиареальности, а выход из нее довольно сложен, так как стереотипные и клишированные медиаобразы, формирующие картину мира современного человека, очень плотно укоренены в сознании, более того, они снимают с индивида необходимость исследовать и критически осмысливать реальный мир.

В результате человек воспринимает реальность в соответствии с трактовкой медиаобраза и, исходя из нее, выстраивает свою деятельность и свое поведение. [2, с.46]

Итак, роль СМИ в политическом пространстве заключается не только в освещении тех или иных событий, происходящих в рамках мира, страны, региона. Именно средства массовой информации контролируют новостные потоки, комментируют случившиеся, дают оценочные суждения и побуждают к определенной политической активности.

Кроме того, СМИ способно как формировать, так и выражать общественное мнение, производить ценностные ориентиры общественного сознания, выступать в качестве агента социального управления, что в конечном итоге, влияет на политическую жизнь населения.

Источники и литература

- 1) Алексаньян Н.К. Трансформация роли средств массовой информации в современном российском обществе // Теория и практика общественного развития. 2009. № 1. С. 89-96.
- 2) Гаврилов, А.А. Медиареальность как тип виртуальной реальности // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2013. № 11-1 (37). – С. 45-47
- 3) Моисеев А.Н. Средства массовой информации как фактор формирования политического сознания в регионе. Автореф. дисс. ... канд. полит. наук. Казань, 2008