ЕКАТЕРИНА КАПРАЛОВА

Воздействие средств массовой информации на сознание человека

Современная теория коммуникаций дает возможность глубокого анализа воздействия средств массовой информации и массовой коммуникации на сознание обычного человека. Проведенные исследования как западной, так и отечественной школ показывают, насколько важно продуманно выстраивать контент государственных массмедиа. Наблюдения показывают, что те государства и регионы, которые прорабатывают прежде всего информационную молодежную политику в сфере средств массовой информации и массовой коммуникации, сталкиваются с меньшим количеством социальных девиаций в поведении молодого поколения, как наиболее восприимчивого к моделям поведения, транслируемым через современные каналы коммуникации [Долганов. С. 101. 2008].

Важнейшим толчком для изучения воздействия СМИ на общество в целом и на конкретного индивидуума послужили социальные изменения начала XX века: прежде всего Первая мировая война и усиление коммерциализации печатной прессы [Брайант, Томпсон. С. 55. 2004]. Интерес ученых и государственных деятелей к этой проблематике был обусловлен обеспокоенностью правительств по поводу распространения прежде всего военной пропаганды.

Первоначально среди исследователей-социологов господствовала точка зрения о мощном воздействии средств массовой информации на пассивно воспринимающую информацию аудиторию. Об этом писали многие именитые ученые: У. Липпман – в своей знаменитой работе «Общественное мнение», Г. Лассуэлл – в произведении «Методы пропаганды в мировой войне», Г. Бранц – в своей книге «Союзническая пропаганда и крах Германской империи в 1918 году».

Представители этих взглядов считали, что в условиях существования общества относительно изолированных друг от друга индивидов, а также в условиях сильнейших социально-экономических и политических сдвигов (конец XIX – начало XX веков), ломающих многие привычные жизненные устои, эффект влияния средств массовой информации на людей можно считать практически неограниченным. Более того, данное воздействие описывалось как моментальное. Данный подход получил название «теория пули», или даже «теория магической пули».

Позднее исследования П. Лазарсфельда показали, что влияние массмедиа на сознание отдельного человека является ограниченным в силу препятствий психологических установок индивида, его индивидуальных особенностей, предыдущего опыта, ближайшего социального окружения. Он показал, что существуют так называемые «лидеры общественного мнения», которые являются своеобразным фильтром и в то же самое время усилителями информации, полученной из СМИ. Эта идея легла в основу модели двухступенчатого потока массовой коммуникации [Lazarsfeld. C. 35. 1948]. Вслед за работами Лазарсфельда, появляются труды Дж. Клаппера, У. Шрамма, продолжающие разработку результатов воздействия массмедиа на сознание и поведение людей.

Чуть позже, во второй половине XX века, в социологии данные авторы стали именоваться авторами «теории умеренного воздействия» средств массовой информации. Также к этому направлению можно отнести известную монографию М. Маклюэна «Понимание медиа», в которой обращается внимание на то, что «воздействие СМИ определяется не содержанием информации, а способом ее передачи» [Маклюэн. С. 79. 2014]. Способ и момент подачи информации важны, поскольку сообщения масс-медиа должны быть восприняты определенным образом, необходимым отправителю информации.

Принято считать, что квинтэссенцию своих взглядов М. Маклюэн выразил в знаменитом тезисе-формуле: «the medium is the message (средство – это и есть со-

ЕКАТЕРИНА КАПРАЛОВА, аспирант кафедры ЮНЕСКО Российской Академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, заместитель директора-главного редактора Государственного автономного учреждения Московской области «Истринское информагентство» (119571, Москва, проспект Вернадского, 82). E-mail: istra@minpech.ru

Аннотация: В статье рассматриваются ключевые идеи концепций теории коммуникаций с учетом влияния средств массовой информации и массовой коммуникации на сознание человека. Несмотря на то, что до сих пор нет единого взгляда на природу такого воздействия, актуальность изучения массмедиа все возрастает, так как они обладают уникальными возможностями одновременной передачи большого потока информации миллионам людей по всему миру. Автором разработаны предложения по формированию муниципальных информационных источников с целью наращивания человеческого капитала молодежи и вовлечения молодого поколения в укрепление гражданского общества и жизнь муниципального района.

Ключевые слова: теория коммуникаций, теория пули, эффект массовой коммуникации, государственная молодежная политика, общественное мнение, человеческий капитал, лидеры общественного мнения, канал коммуникации, социальная когнитивная теория, аксиологическая функция, социальная модель, социальная роль, теории научения.

общение)» [McLuhan. C. 22. 1967]. В этой фразе делается важнейший акцент на средство передачи информации, то есть содержание коммуникации нельзя рассматривать вне формы и канала, через которые данная коммуникация передается. Это, например, означает, что одна и та же новость, выпущенная на телевизионном федеральном канале и выпущенная на муниципальном канале, фактически воспринимается людьми по-разному.

В своих работах М. Маклюэн особенно концентрируется на роли массмедиа в процессе формирования образов предметов, которые начинают развиваться и в определенный момент уже значительно разняться по сравнению с самими предметами в сознании людей, воспринимающих данные образы через новые каналы коммуникации (радио, кино, телевидение). В книге «Галактика Гутенберга» он даже сравнивает революцию книгопечатания и революцию электронных средств коммуникации (прежде всего телеграф, радио) [Маклюэн. С. 56. 2003].

Для исследования техник и приемов воздействия средств массовой информации на поведение людей ученые часто опираются на психологические теории. В частности, большое значение для исследования средств массовой информации в 1970-х годах имела теория социального обучения А. Бандуры. Под ее воздействием активно стало изучаться влияние массмедиа на сложные поведенческие реакции, такие как изменение в когнитивных моделях, обучение различным навыкам. Ключевые идеи данной теории: научение путем наблюдения и моделирование.

Весьма обстоятельно рассматриваются вопросы влияния СМИ в теории Дж. Томпсона. Его рассуждения касаются также идеологии, которая по мере усиления демократических процессов в обществе не ослабевает, а наоборот, усиливается. Это происходит в силу того, что содержание информации, передаваемое через массмедиа, в любом случае мобилизуется именно властью. И происходит это посредством символических форм [Thompson. C. 42–43. 1995].

Вследствие данной закономерности, идеология, по Томпсону, в той или иной степени также является одной из основных функций средств массовой информации. Однако их влияние не является прямолинейным. «Сообщения массмедиа обычно обсуждаются людьми в процессе восприятия, рассказываются и пересказываются… Воспринимая и принимая сообщения и обыденно включая их в наши жизни…, мы снова и снова создаем и перестраиваем наши умения, навыки и знания» [Thompson. C. 56-57. 1995].

Важнейшее место среди всех средств массовой информации некоторые ученые выделили телевидению. В современном мире телевидение работает и воспринимается как «средство социализации большинства с помощью стандартных ролей и моделей поведения» [Коханова, Калмыков, 2014]. Так, исследователи так называемой, Анненбергской школы, сформировавшейся вокруг Дж. Гербнера и его коллег из Пенсильванского университета, выработали «гипотезу культивации», согласно которой «у тех людей, зрителей, которые много смотрят телевизор, формируется столь же искаженный образ мира, как тот, который они видят на телеэкране» [Брайант, Томпсон. С. 103. 2004].

Результаты работы Дж. Гербнера и Анненбергской школы важны тем, что показывают: средства массовой информации и массовой коммуникации, прежде всего телевидение, функционируют в качестве самостоятельной символической окружающей среды, которая постоянно создает новые модели поведения, ритуалы и формы социализации и контроля. Так, например, установлено прямое положительное влияние некоторых детских и юношеских передач образовательного характера на общие показатели успеваемости в школьной программе [Fisch S. C.15. 2001].

На основе значительной части работ, посвященных коммуникационным теориям и их влиянию на молодежь, можно сделать следующие выводы:

СМИ обладают сильным, но отнюдь не всемогущим влиянием на человека. Это влияние преломляется сквозь призму нескольких факторов, в том числе, через эффект лидеров общественного мнения, местную культуру и так далее.

СМИ обладали и, по-видимому, всегда будут обладать ярко выраженной аксиологической функцией. Редакторская политика средств массовой коммуникации имеет значительное влияние на развитие тех или иных ценностей в обществе.

При любой общественной формации массмедиа выполняют и идеологическую функцию. Даже если государственные службы напрямую не влияют на политику редакции тех или иных СМИ, в каналы коммуникации, тем не менее, встроены те или иные идеологические стереотипы, характерные для данного общества.

Очень важен канал коммуникации. Коммуникативная среда современного этапа развития общества вовлекает молодого человека через множество каналов. Телевидение, радио и даже интернет – это только часть каналов. Принимая во внимание особенности местных культур разных регионов, следует отметить, что значительно повышается роль местных каналов коммуникаций, к которым относятся, в том числе, локальная реклама, местные издания, а также система неформальных каналов коммуникации (неформальные сообщества, в том числе на локальных интернет-сайтах, а также игровые сообщества).

Формирование у молодёжи способности адекватно воспринимать реальность – важная воспитательная задача государственного масштаба. Активный, грамотный, социально защищенный человек, завершающий свою первичную социализацию как молодая личность, утверждает собственную ценностную систему взглядов и как активный участник социального развития общества.

Примеры некоторых районов Подмосковья (прежде всего, Истринского муниципального района Московской области) показывают, что региональные СМИ могут быть активно вовлечены в создание и трансляцию образов позитивного поведения, культурного роста, моды на интеллектуальность и семейные цен-

ности для подрастающего поколения. Именно через региональные источники информации в ближайшем времени будут проводиться наиболее действенные локальные проекты по развитию патриотического воспитания и вовлечению молодежи в развитие гражданского общества.

При этом активно используются следующие принципы работы региональных массмедиа:

- учитывается эффект мгновенности электронных технологий (симулятивность), то есть эффект усиления соучастия и вовлеченности;
- активное использование коммуникаций через социальные сети, при постоянном мониторинге обратной связи;
- использование контент-анализа при подготовке теле- и радиопередач на предмет социально значимых тем и морально оправданных акцентов, используемых в молодежных программах;
- использование метода вовлечения. Например, использование активности молодых людей в социальных сетях и увеличение их вовлечения через предоставление им самим возможности формировать контент новостей, в том числе, через возможность использовать материалы с мобильных телефонов.

Таким образом, региональные средства массовой информации и массовой коммуникации принимают активное участие в формировании человеческого капитала молодежи, влияя прежде всего на фундаментальные основы, в том числе на базовые культурные ценности, модели поведения (через теории научения) и так далее.

Литература

Брайант Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. С. 424.

Долганов Д.Н. Когнитивная коррекция аддиктивного поведения (на примере алкогольной зависимости) // Вопросы психологии, 2008. №3.

Маклюэн М. Галактика Гутенберга: сотворение человека печатной культуры. Киев: Ника-Центр, 2003.

Маклюэн М. Понимание медиа: внешнее расширение человека. Пер. с англ. Николаева В. 4-е изд. М.: Кучково поле, 2014.

Основы теории журналистики: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика» / Коханова Л.А., Калмыков А.А. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014.

Теории молодежи: междисциплинарный анализ. Луков. В.А. М.: Канон+, 2012. С. 416.

Fisch S. Vast wasteland or vast opportunity?: Effect of educational television on children's academic knowledge, skills, and attitude. In J.Bryant & D.Zillmann. Media effects (2nd ed.) Mahwah, N.J.Erlbaum, 2001.

Lazarsfeld P.F. Berelson B. & Gaudet H., The people's choice. New York: Duell, Sloan, and Pearce, 1948.

McLuhan M. The Medium is the Massage: An Inventory of Effects, 1967.

Thompson J.B. The Media and Modernity. Cambridge: Polity Press, 1995.

THE IMPACT OF MASS MEDIA ON HUMAN CONSCIOUSNESS

EKATERINA KAPRALOVA, Post-graduate student of the UNESCO chair of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Deputy Director-Chief Editor of the State autonomous institution of the Moscow region "Istrinskoe informagentstvo" (119571, Moscow, Vernadskogo prosp., 82). E-mail: istra@minpech.ru

Summary: This article discusses key ideas of the concepts of communication theory with regard to the influence of mass media and mass communication on human consciousness. Although there is still no consensus about the nature of such influence, the importance of studying mass media is ever growing, as they have unique opportunities of simultaneous transferring of a large flow of information to millions of people around the world. Suggestions of formation of municipal information sources to increase the human capital of young people and young generation involvement in civil society strengthening and municipal district life are developed by the author.

Keywords: communications theory, bullet theory, mass-communication effect, youth government policy, public opinion, human capital, opinion leaders, channel of communication, social cognitive theory, axiological function, social models, social role, learning theory.

References

Braiant D., Tomson S., Osnovy vozdeistviia SMI. M.: Izdatel'skii dom «Vil'iams», [Jennings Bryant, Susan Thompson, Fundamentals of Media Effects. M.: Publishing House "Williams"] 2004. p. 424.

Dolganov D.N., Kognitivnaia korrektsiia addiktivnogo povedeniia (na primere alkogol'noi zavisimosti) // Voprosy psikhologii. [Cognitive correction of the addiction behavior // Voprosy Psychologii] 2008. №3.

Makliuen G.M., Galaktika Gutenberga: sotvorenie cheloveka pechatnoi kul'tury. Kiev: Nika-Tsentr, [McLuhan M., The Gutenberg Galaxy: Making Typographic Man. Kiev: Nika-Tsentr] 2003.

Makliuen G.M., Ponimanie media: vneshnee rasshirenie cheloveka. Per. s angl. Nikolaeva V. 4-e izd. [McLuhan M., Understanding Media: The Extensions of Man. Translated from English by Nikolaeva V. 4th edition] M.: Kuchkovo pole, 2014.

Osnovy teorii zhurnalistiki: uchebnoe posobie dlia studentov vuzov, obuchaiushchikhsia po spetsial'nosti «Zhurnalistika» [Fundamentals of journalism: training manual for students learning "Journalism" specialty] / Kokhanova L.A., Kalmykov A.A. M.: IuNITI-DANA, 2014.

Teorii molodezhi: mezhdistsiplinarnyi analiz. [Youth theories: inter discipline analysis] Lukov. V.A. M.: Kanon+, 2012. p. 416.

Fisch, S. Vast wasteland or vast opportunity?: Effect of educational television on children's academic knowledge, skills, and attitude. In J.Bryant & D.Zillmann. Media effects (2-nd ed.) Mahwah, N.J.Erlbaum, 2001.

Lazarfeld P.F., Berelson B. & Gaudet H., The people's choice. New York: Duell, Sloan, and Pearce, 1948.

McLuhen M., The Medium is the Massage: An Inventory of Effects, 1967.

Thompson J.B., The Media and Modernity. Cambridge: Polity Press, 1995.