

3 Нил Юзиев Кино һәм татар әдәбияты. Электрон чыганак .
URL: <http://gabdullatukay.ru/in-art/in-theatre/nil-yuziev-kino-hem-tatar-edebiyaty/> (мөрәжәгать итү көне: 11.09.20).

4 Полноценный башкирский этнический фильм. Электрон чыганак. URL: https://pikabu.ru/story/polnotsennyiy_bashkirskiy_yetnicheskiy_film_20_14_goda_snyatyiy_po_motivam_legendyi_sem_devushek_3963961 (мөрәжәгать итү көне 09.07.20)

5 Толковый словарь Ожегова онлайн. URL: <https://slovarozhegova.ru/word.php?Wordid=33774>(мөрәжәгать итү көне: 21.07.20).

6. Энциклопедический словарь: Электрон чыганак. URL: [.http://znachenieslova.ru/slovar/encyclopedic/fenomen](http://znachenieslova.ru/slovar/encyclopedic/fenomen)(мөрәжәгать итү көне: 21.07.20)

7. Антипин Е. Рецензия. Электрон чыганак. URL: <https://www.kinoafisha.info/reviews/8326829/>(мөрәжәгать итү көне: 30.07.20).

8. Огородникова А. Документалистика» как феномен. Электрон чыганак. URL: <https://ksonline.ru/stats/-/id/2366/>(мөрәжәгать итү көне: 21.08.20).

А. В. Зайцев

магистрант

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

© А. В. Зайцев

Ю.В. Андреева

доктор пед. наук, канд. псих. наук, профессор

Казанский (Приволжский) федеральный университет

г. Казань, Россия

© Ю.В. Андреева

ВЛИЯНИЕ ЖУРНАЛИСТИКИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Аннотация. В данной статье представлены различные методики формирования общественного мнения при помощи журналистики. Учитывался как позитивный так и отрицательный опыт.

Ключевые слова: Общественное мнение, манипуляция, СМИ, резонансность, медиа, эффективность.

Abstract. This article presents various methods of forming public opinion using journalism. Both positive and negative experiences were taken into account.

Keywords: propaganda, manipulation, media, distrust, media, supporters.

Общественное мнение – сложное понятие, о единой трактовке которой спорят по сей день. Однако существуют основные концепции, которых придерживается всё научное сообщество. Одна из них это труды Уолтера Липпмана. Он считал, что «средний человек» не способен объективно судить о постоянно изменяющемся мире, в силу устоявшихся стереотипов, основанных на общественном опыте, и невозможностью владения одновременно всей широтой знаний. Благодаря упрощённым образам (стереотипам), человеку проще воспринимать социальную реальность в силу своей компетентности. В наше время эта концепция особенно актуальна, ведь с приходом новых медиа в повседневную жизнь, частью нашей с вами реальности стали и различные способы массовой манипуляции общественного сознания. В частности, в этом преуспели маркетинг, PR и журналистика. Направление последнего, особенно важно. Хотя бы по той причине, что первые два в основном направлены на получение прибыли, а журналистике под силу моментально повлиять на восприятие мироздания. В XX веке произошёл воистину феноменальный случай – радиопостановка романа Герберта Уэйлса «Война миров», 1938 год. Паника населения из-за репортажной подачи произведения была достаточно резонансна. Однако это заслуга не сколько исключительной подачи диктора или формата произведения, сколько преувеличение влияния на сознание людей за авторством американских СМИ. Газеты, радио и телевидение – все основные рода журналистики были активно задействованы в пропаганде неминуемого вторжения недружественных планет на Землю и правительственного заговора [2].

В этом примере можно заметить наследие сторонников неомарксистского подхода. Наследие Т. Адорно, А. Гоулднером, М. Хоркхаймером гласит, что СМИ оказывают воздействие на

массовое сознание и поведение населения, которое выступает как пассивный объект манипуляций, подчинения и управления. Для контроля и манипуляции, для создания ложных потребностей и формирования нужной идеологии создана целая индустрия – культуриндустрия, которая как поставляет чувственно данную реальность, так и контролирует механизм переработки этой реальности внутри человека [3].

Одна из самых острых тем последних лет – экология. А точнее новый политический курс правительства РФ, связанный с мобилизацией переработки ТКО и ТБО. В данный момент, во многих регионах России проходят забастовки. В свою очередь, недоверие общества можно понять. Во времена Советской власти общественные настроения были более чем радушны и приветливы, но с приходом 90-ых годов XX века всё кардинально меняется: из-за этого периода на ментальности людей остался неизгладимый отпечаток в виде подозрительности, недоверия и враждебности к политическому строю. К сожалению, даже сейчас картина практически не изменилась.

В связи с вышесказанным мы подходим к одному из самых ярких примеров: экологические забастовки вокруг экотехнопарка Архангельской области. Здесь общественное недовольство породило целый цикл экологических протестных акций. Началось всё с пропагандистских статей в региональных изданиях, а продолжилось сюжетами на местном телевидении. СМИ подавали материал, явно склоняя население региона к одобрителю настроению относительно строящегося экотехнопарка. К несчастью журналистов, на момент выхода материалов, среди противников экологической застройки сформировалось прочное комьюнити, которое быстро захватило общественное одобрение региона. Таким образом, все дальнейшие материалы местных СМИ, которые освещали экотенопарк были подвергнуты ненависти подавляющего большинства населения региона [1].

Исходя из этих примеров, можно определить характеристики современного общества и степень влияния на него масс медиа. Во-первых, эффективность метода манипуляции напрямую зависит от политической обстановки и исторического опыта конкретной группы людей. Во-вторых, важно понимать, если общество уже подвергнуто эффективной манипуляции, то все остальные методики будут нивелированы огромной массой

единомышленников. В-третьих, сейчас общество относится более критично к информации из источников СМИ. В-четвертых, аудитория СМИ каждым поколением всё проще определяет так называемые «Fake news», если они оглашены не авторитетным лидером мнений, вызывающим доверие [4].

Даже при том, что феномен влияния на общественное мнение в наше время является одним из ключевых аспектов жизни, его исследования ещё далеки от завершения. С приходом интернета воздействие на сознание людей стало проще, но это повлекло за собой череду новых неизведанных способов воздействия на общественное сознание. Даже опытные журналисты и маркетологи не всегда могут точно спрогнозировать резонансность своей работы. Так на её эффективность и результативность может повлиять множество факторов, описанных выше. Таким образом, к применению современных методов манипуляции нужно относиться с предельной осторожностью, потому что реакция общественности может повлечь за собой необратимые последствия для всего мира.

Литература:

1. Инвестиционный проект «Экотехнопарк Шиес» признан приоритетным. (2018) ГТРК Поморье [видеосюжет телеканала] // YouTube. 21 октября. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RZpLEFEeqN4&t=16s> (дата обращения: 16.01.2020).
2. От гражданина Кейна до сэра Джона Фальстафа, или краткая история величия и падения мистера Орсона Уэллса // Юткевич С. Шекспир и кино. М.: Наука, 1973. С.71–113.
3. Студопедия // Теории манипулирования. 2014. URL: https://studopedia.su/13_109507_teorii-manipulirovaniya.html (дата обращения: 16.01.2020).
4. Denise-Marie Ordway. Rated false»: Here's the most interesting new research on fake news and fact-checking // NiemanLab. 10.01.2020. URL: <https://www.niemanlab.org/2020/01/rated-false-heres-the-most-interesting-new-research-on-fake-news-and-fact-checking/> (accessed: 23.01.2020).