

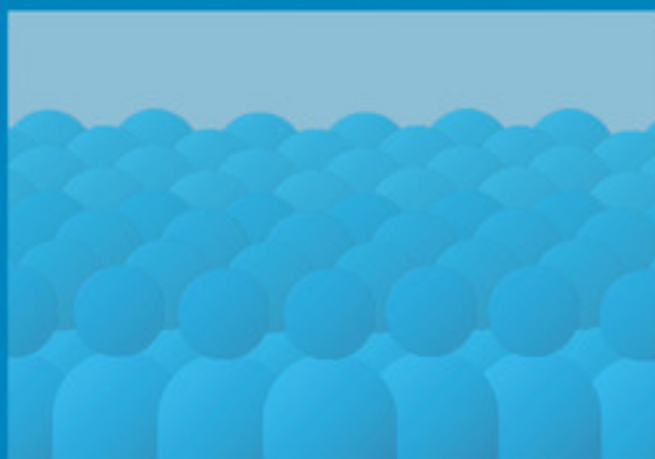


**М.Б.Владими́рова**

# **ТРАНСФОРМАЦИЯ МАССОВОГО СОЗНАНИЯ**

**под воздействием СМИ**

**на примере российского телевидения**



ФЛИНТА • НАУКА

Мария Владимировна

**Трансформация массового  
сознания под воздействием  
средств массовой  
информации (на примере  
российского телевидения)**

«ФЛИНТА»

2016

УДК 159.922.2  
ББК 76.032:88.53

**Владимирова М. Б.**

Трансформация массового сознания под воздействием средств массовой информации (на примере российского телевидения) / М. Б. Владимирова — «ФЛИНТА», 2016

ISBN 978-5-9765-1110-1

В монографии предпринята попытка комплексного исследования трансформации массового сознания под воздействием СМИ. С философских позиций исследуются понятия телевизионной реальности, массовизации общества в XIX – первой половине XX в. Выявляются причины нарастания манипулирования массовым сознанием в условиях современного информационного общества, в котором информация играет основную роль. Особое внимание уделено российскому телевидению – его структуре, новым медиатехнологиям – конкретным манипулятивным приемам, применяемым в телевизионных программах, а также способам противодействия манипулятивным процессам («контрсуггестии»). Кто управляет массами и может ли телевидение осуществлять свою деятельность, не прибегая к манипулированию? На эти и другие вопросы автор дает ответы, используя результаты своих исследований, а также обобщая труды ведущих зарубежных и отечественных ученых. Для философов, политологов, психологов, культурологов, журналистов, социологов, студентов и аспирантов, а также для всех, кто интересуется процессами, происходящими в сфере коммуникации, в том числе их негативными аспектами.

УДК 159.922.2  
ББК 76.032:88.53

ISBN 978-5-9765-1110-1

© Владимирова М. Б., 2016

© ФЛИНТА, 2016

# Содержание

Введение	6
Конец ознакомительного фрагмента.	8

# Мария Борисовна Владимирова

## Трансформация массового сознания под воздействием СМИ (на примере российского телевидения): монография

*Выражаю особую благодарность моему научному руководителю Виктору Петровичу Крутоусу, доктору философских наук, профессору, без которого данное исследование не состоялось бы, а также всей кафедре философии МГЛУ.*

### Введение

Роль СМИ в духовном диалоге основных субъектов социального взаимодействия: личности – общества – государства, постоянно возрастает. Это превращает СМИ в «четвертую власть», в универсальный «инструментарий» постоянной многосторонней коммуникации. С помощью такого взаимодействия реализуются разнообразные субъектные цели. Последние, как показывают исследования, не всегда и не во всем соответствуют общегосударственным интересам и идеалам общественного развития, а нередко и целенаправленно трансформируются в пользу частных, «эгоистических» интересов.

В этом сложном процессе особое значение имеет использование телевидения (из арсенала СМИ) с целью глубокого воздействия на ценностные ориентации человека, а также существенной трансформации его мировоззренческих, идеологических, практических установок. Все возрастающая значимость данного вопроса обусловлена всеохватностью и значительной площадью распространения телевизионного сигнала, ввиду чего любая информация (равно как и дезинформация) может быть в кратчайшие сроки передана зрителю – представителю любой социальной среды.

Этот факт делает современное телевидение привлекательным также и для скрытого воздействия на сознание людей, применяемого в целях управления ими. Скрытое воздействие, осуществляемое с помощью информации, может носить как позитивный, так и негативный характер. Последний представляет для нас особый интерес и подвергается детальному рассмотрению в данном исследовании. Полагаем, что такое воздействие является искажением реальной демократии, которая подразумевает принятие гражданином свободных решений, наделяет его правом на полноценную беспристрастную информацию, которой его должны снабжать средства массовой коммуникации.

Понятие «манипулирование массовым сознанием» является актуальным, но уже не новым – до нас были проведены значительные исследования в области скрытого воздействия на массовое сознание в разных областях информационного поля. О манипулятивных тенденциях в СМИ зарубежными и российскими учеными написано значительное число книг<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Власов А. И. Политическая манипуляция. М., 1982; Грачев Г. В., Мельник И. К. Манипулирование личностью: организация, способы и технология. М.: ИФРАН, 1999; Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы, защита. СПб.: Речь, 2003; Доценко Е. Л. Психологические манипуляции. М., 1996; Кара– Мурза С. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2009; Клозе Ф. Массы и манипуляция. М.: Народное собрание, 1997; Рюмшина Л. И. Манипулятивные приемы в рекламе. М.; Ростов н/Д: Март, 2004; Матвейчев О. А. Проблемы манипуляции. М.: Пайдейя, 1999; Цуладзе А. Политические манипуляции или покорение толпы. М.: Университет, 1999; Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М.: 1980; Шосторм Э. Человек-манипулятор: пер. с англ. Минск: ТПЦ «Полифакт», 1992.

и статей научного и публицистического характера<sup>2</sup>. Сам термин вынесен в заглавия целого ряда диссертаций по разным аспектам этой проблемы<sup>3</sup>.

Использование скрытого воздействия средств массовой информации на сознание общества может привести к непредсказуемым последствиям для социального и психологического здоровья граждан, их правового и нравственного состояния, вплоть до радикальных трансформаций психики. Эффекты такого воздействия СМИ существенно зависят от духовного «иммунитета» личности и общества, способных противостоять (или легче переносить) скрытое информационное воздействие на сознание и психику человека.

---

<sup>2</sup> См. например: Варганов А. Матадор, убивший двух зайцев // Независимая газета. 06.07.2007; Дзялошинский И. М. Как нами манипулируют // Право знать. 2004. Май-июнь. № 5–6, март-апрель № 3–4; Глуховский М. Источники манипуляции – на канале // iK Укра'ши. 19.05.08 и др.

<sup>3</sup> См.: Мачина А. А. Манипулирование сознанием посредством информационной системы: дисс. на соиск. уч. степ. канд. социол. наук. М., 2003; Ибрагимов А. М. Манипуляция массовым сознанием: дисс. на соиск. уч. степ. канд. филос. наук. Ростов н/Д, 2001; Копичникова А. И. Манипулирование мнением и поведением российского электората: дисс. на соиск. уч. степ. канд. политологич. наук. М.: 2005; Лисова С. Ю. Манипуляция массовым сознанием в политической рекламе (региональный аспект): дисс. на соиск. уч. степ. канд. полит. наук. М.: 2004; Елева В. И. Манипулирование массовым политическим сознанием: анализ репрезентации проявлений, разновидностей и технологий: дисс. на соиск. уч. степ. канд. политич. наук. Ростов н/Д, 2003.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.