

Секция «Политическая коммуникация в современном мире»  
**Технологии влияния СМИ на электоральное поведение**

**Лютоева Карина Романовна**

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет  
политологии, Москва, Россия

*E-mail: liutoeva97@yandex.ru*

Манипулирование часто является доминирующим методом деятельности СМИ и особенно широко используется в партийной пропаганде и во время избирательных кампаний. Сегодня ни одна президентская или парламентская избирательная кампания не обходится без использования приемов манипулирования и рекламы, которые, тесно переплетаясь между собой, создают у зрителей весьма далекие от реальности представления об определенном кандидате.

СМИ обладают большими возможностями активного влияния не только на восприятие гражданами отдельных политических явлений и событий, но и на их отношения к политике в целом.

Наибольшую опасность для граждан и демократического государственного устройства представляет использование СМИ для политического манипулирования - скрытого управления политическим сознанием и поведением людей с целью принудить их действовать (или бездействовать) вопреки собственным интересам.

Последний вывод подтверждают и слова известного социолога М. Паренти: "СМИ отбирают большую часть информации и дезинформации, которыми мы пользуемся для оценки социально-политической действительности. Наше отношение к проблемам и явлениям, даже сам подход к тому, что считать проблемой или явлением, во многом определены теми, кто контролирует мир коммуникаций".

Наиболее откровенно СМИ проявляют свои манипулятивные возможности в ходе избирательных кампаний.

В нашем исследовании на различных примерах (в т. ч. Выборы в МосГорДуму 2014 года, выборы мэра Москвы 2013 года) мы покажем действительно ли влияние СМИ так велико, какие именно механизмы для влияния на электорат используются в современном мире и можно ли как-то избежать манипуляций СМИ.

(Из исследования)

Выборы мэра Москвы 2013 год

1) Образ Сергея Собянина в социальных медиа складывается во многом стихийно или при активном участии его критиков.

2) Накануне выборов мэра Москвы в 2013 году специалисты системы медиапоиска и анализа Public.Ru измерили частоту упоминаний кандидатов в центральной прессе, а также в эфире федеральных и московских телеканалов за период с 11 июня 2013 года по 5 сентября 2013 года.

По данным портала лидером по количеству упоминаний в центральной прессе, как и следовало ожидать, стал Сергей Собянин. Алексей Навальный - на втором месте. Незначительный разрыв в высоких показателях двух

лидеров опровергает мнение некоторых блогеров о жесткой цензуре по отношению к Навальному в СМИ. Активность печатных изданий в отношении остальных кандидатов почти в два раза ниже.

### **Источники и литература**

- 1) 1. Доценко Е.Л. Психология манипуляции. М., Эксмо. 2006
- 2) 2. Кудинов О. А. «Большая книга выборов: как проводятся выборы в России». 2003
- 3) 3. Лукашев А.В., Пониделко А.В. «Черный PR как способ овладения властью, или бомба для имиджмейкера». 2002
- 4) 4. Паренти М. Демократия для немногих - М.,1992
- 5) 5. Цуладзе А. Политические манипуляции, или покорение толпы - М., 2004
- 6) 6. Швидунова А. В. СМИ как субъект политического процесса и инструмент политических технологий. 2003
- 7) 7. [www.public.ru/vybory\\_moscow/](http://www.public.ru/vybory_moscow/) (Исследование системы медиапоиска Public.ru)