

Секция «Особенности политического участия в цифровую эпоху»

Особенности манипуляции и пропаганды в системе современного политического управления

Научный руководитель – Володенков Сергей Владимирович

Усикова Екатерина Андреевна

Студент (бакалавр)

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

E-mail: usickowa.ekaterina@yandex.ru

XXI век не случайно считается веком высоких информационных технологий. Главной особенностью нашего времени являются максимальное использование во всех сферах жизни компьютерной техники, данный процесс способствовал изменению всех коммуникационных взаимодействий в политической сфере. Значительное увеличение объемов потока информации, рост возможностей незамедлительной обратной связи так же повлияли на политическую деятельность, стимулируя не только научный, но и практический интерес к изучению в новом обществе проблем, касающихся решения вопросов по осуществлению демократических процессов и политического управления [1;2]. Вследствие новейших возможностей массовая политическая коммуникация повысила темп проникновения информации в сферы жизни общества, достигая население в кратчайшие сроки. Огромный объем передаваемой информации, лаконичность и образность запоминающихся сообщений повысили интенсивность влияния на население. В рамках нового информационного пространства динамично развиваются связи с общественностью, которые, как средство управления корпоративным и общественным мнением, оперируют информацией, необходимой для оптимизации отношений между различными субъектами общественной жизни.

Я бы хотела обратить внимание на феномен манипуляции и пропаганды в системе современного политического управления. Каким образом в эпоху информационных технологий данные явления воздействуют на сознание и мировоззрение человека. Блогосфера, СМИ, социальные сети, форумы и различные веб-сайты, сетевые Интернет-коммуникации непрерывно прогрессируют и их воздействие на политическую сферу становится более значительным. Пропаганда - это целенаправленная и систематическая деятельность по распространению своей идеологии с использованием всех доступных средств, адресованная массовым аудиториям и направляемая на обеспечение реальной политики, проводимой властью [2]. Смысл пропаганды заключается в целенаправленном соединении теоретического и обыденного политического сознания, в насыщении массового сознания целями, ориентациями и представлениями о политике, сформировавшимися в результате специальной теоретической деятельности, обеспечении единства в политическом поведении. Посредством отсутствия непосредственного доступа масс к событиям окружающей среды элита приобретает возможность манипулирования событиями посредством средств массовой информации или может предоставлять ограниченную информацию. Пропаганда хоть и не всегда является негативной, однако остается инструментом, которым пользуется элита для достижения собственных целей. Они использовали свою власть, чтобы заставить общественность видеть положение дел так, как они хотели показать. [5]. Манипуляционный потенциал интернет-ресурсов, обладающих мультимедийностью и интерактивностью, также обуславливает необходимость актуализации и переоценки роли интернет-пространства в процессе развития современного общества в глобальном масштабе. [4]. Манипулирование сознанием по определению С.Г. Кара-Мурзы -это действия,

производимые разумным объектом или их группой, для создания желаемых для субъекта-манипулятора и (полученных на основании производимых действий) логических выводов, образов мышления и приобретенных рефлексов у разумного объекта или их групп. Манипулятор оказывает нелегитимное воздействие дискурсивными методами, чтобы принудить других верить или совершать действия, которые в первую очередь удовлетворяют его личные интересы и тем самым укрепляют неравенство [2]. В то же время происходит нагромождение информационной области большим объемом как нужной, так и бесполезной для потребителя информацией, исходя из чего, человек теряет способность анализировать весь поток информационных сообщений. Более того Интернет способен предоставить любую востребованную информацию по любому вопросу и самостоятельно с помощью которой человек может создавать собственную картину окружающего мира. Главная задача лиц, занимающихся манипуляционными и пропагандистскими методами, чтобы их информация в большей степени была востребована и интересна. Кандидату, стремящемуся получить власть в политической сфере важно заработать и сохранить качественный имидж в интернет - среде и не менее важно иметь продуманную стратегию проведения качественной пропаганды и манипуляционного воздействия на общество. Довольно часто от результата проведения правильной пропаганды и манипуляции будет зависеть узнаваемость и отношение к общественному лицу, что является достаточно важным в политической сфере. Средства массовой информации играют основополагающую роль в проведении важной политической кампании особенно выборов всех уровней власти. Центральное место в предвыборной агитации занимают средства массовой информации, которые проводят манипуляцию и пропаганду, тем самым оказывая на избирателей сильное и всестороннее социально-психологическое воздействие. Именно поэтому политикам и кандидатам, которые стремятся получить власть вынуждены уделять им повышенное внимание.

Таким образом, с развитием новых технологий стало понятно, что выстраивание продуманной стратегии воздействия на аудиторию - важная часть предвыборной кампании любого политического деятеля. Возможно, именно от правильной подачи необходимой информации с помощью манипуляции и пропаганды будет зависеть результат восприятия деятельности политика.

Источники и литература

- 1) Аги У., Кэмерон Г., Олт Ф., Уилкоккс Д. Самое главное в PR. / пер. с англ. СПб.: Питер. 2004
- 2) Байкин С.А. Вопросы социологии на муниципальном уровне // Юридическая наука и практика: история и современность: сборник материалов I Международной научно-практической конференции, 5 июня 2013 г..
- 3) С. В. Володенков Интернет -коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления // С. В. Володенков – Москва, МГУ Проспект ,2015
- 4) С.Г.Кара- Мурза Манипуляция сознанием// Издательство «Алгоритм». 2000
- 5) Уолтер Липпман. Общественное мнение. // М.: Институт Фонда «Общественное мнение»,