

Место и роль СМИ в современном обществе

Научный руководитель – Ерицян Серго Саркисович

Тадевосян Мери Рафиковна

Аспирант

Российско-Армянский (Славянский) университет, Институт медиа, рекламы и кино,
Кафедра журналистики, Ереван, Армения
E-mail: tadevosyan_meri@mail.ru

Становление СМИ в качестве особого социального института в политическом процессе создало основу и условия для «омассовления» общественного сознания. Программирующий резерв средств массовой информации усиливается благодаря использованию новейших информационных технологий. В своей деятельности масс-медиа вырабатывают определенные представления о мире и о месте человека в этом мире, навязывая необходимые ценности, понятия. При всем при этом они также участвуют в процессе «разрушения» данных ценностей, если со временем станут непригодными для действующей политической силы. Многократный повтор «нужных» сообщений, а также возможность подвергать те или иные факты специальной обработке, монтажированию, их улучшению либо же ухудшению, - позволяют СМИ убеждать общественность в истинности передаваемой ими информации [3].

Известно, что одной из функций журналистики является функция т.н. «четвертой власти», призванная контролировать и регулировать деятельность государственных структур и общественных институтов. Однако в сложившихся условиях масс-медиа влияют на социально-политическую ситуацию в стране, «*лишь*» формируя общественно-политические взгляды, представления, идеалы и нормы поведения аудитории. «Пресса - инструмент власти, то есть партий и экономических лобби. Главное ее оружие - намеренное затемнение смысла высказывания», - отмечает У. Эко [Эко 2002: 85].

Сами средства массовой информации также попадают под критику со стороны традиционных ветвей власти, но потому только, что пребывать вне критики они не могут, это обеспечивает им «выгодное алиби» («репрессивная толерантность» - определение Г. Маркузе). Обозначив себя «жертвой», СМИ не видят необходимости в самосовершенствовании, развитии. Они продолжают воспитывать вкусы и предпочтения, задавая нужную схему интерпретации тех или иных сообщений, в соответствии с которыми аудитория начинает избирать и реагировать на «сигналы», подтверждающие их.

Средства массовой информации не просто влияют на массы - они создают их. Сегодня Интернет, социальные сети, телевидение фактически вытесняют из повседневной жизни человека личное общение, встречи и т.д. Формируется «управляемый» человек, который воспринимает социальную действительность через систему созданных СМИ т.н. «фейков», «мифов». Именно они становятся для него новой ценностью и подлинной реальностью - этим обусловлена актуальность выбранной темы. Средства массовой информации создают необходимую атмосферу ожидания тех или иных событий, а в случае их развития не по благоприятному сценарию исправляют ситуацию, перенося внимание общественности на иное действие [2].

Но в то же время нельзя не заметить и следующий фактор. Последние выборы в США, «Brexit», конфликт на Украине, война в Сирии, беспорядки в Иране и др. - освещение этих событий средствами массовой информации подняло немало вопросов по поводу качества воздействия масс-медиа на аудиторию. Изучение данных кейсов невозможно представить без рассмотрения такого понятия, как «фейковые новости». Именно феномен «фейковых

новостей» со всей очевидностью продемонстрировал, в каком кризисе оказались сегодня СМИ. «С точки зрения журналистики проблема фейков имеет отношение к основным принципам и ценностям подачи новостей и профессии как таковой. Тут речь может идти о создании краткого контента, ориентированного на восприятие тех, кто уже приучен к информации в цифровом формате, а то и ограничивается предельно сжатыми сообщениями в Twitter», - подчеркивает консультант ВВС, профессор Салфордского университета Марек Бекерман [Бекерман 2017: 21].

Вместе с тем, данный кризис выявил те основные проблемы и пробелы, с которыми на сегодняшний день столкнулась журналистика. Верным будет утверждение о том, что, собственно, эти проблемы и пробелы и привели к нынешней кризисной ситуации в СМИ. Но дело в том, что до поры до времени наличие данных проблем не вызывает особого беспокойства в профессиональных журналистских кругах. Предполагается, что эти трудности будут устранены, а невозможность их объяснения носит временный характер. Однако их накопление и неудачные попытки разъяснения с точки зрения принятых среди специалистов фундаментальных принципов журналистики приводят, в конечном итоге, к затруднениям, к полосе кризиса в данной сфере.

В связи с этим появляется потребность, говоря словами американского философа Т. Куна, в выработке новой парадигмы - системы представлений, воззрений и норм, образцов журналистской деятельности - которая сориентирует специалистов, обеспечит успех и дальнейшее развитие медиа.

Многое из того, что кажется на сегодняшний день проявлением хаоса в СМИ, в действительности может быть периодом становления нового этапа, более соответствующего запросам современной эпохи. Формирование «новой журналистики» невозможно без потрясений и изменений прежних связей.

Источники и литература

- 1) Бекерман М. Фейковые новости и будущее независимой журналистики // «Журналист». М., 2017. С. 21.
- 2) Тадевосян М.Р. Изучение аудитории СМИ в целях манипуляции общественным сознанием. Конференция Европейской Ассоциации Журналистского Образования – 2017. Международные научные чтения в Москве «СМИ и массовые коммуникации-2017». М., 2017. С. 179–180.
- 3) Тадевосян М.Р. Массмедиа как институт конструирования «медиареальности» и формирования «массового человека». Актуальные проблемы медиаисследований-2017. Сборник материалов VI международной научно-практической конференции. М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2017. С. 160–162.
- 4) Эко У. Пять эссе на темы этики / Перев. с итал. Е.А. Костюкович. С-Пб.: «Симпозиум», 2002. С. 85.