

Реализация манипулятивных технологий в молодежных развлекательных программах.

Научный руководитель – Ревенко Анастасия Эдуардовна

Файзуллина Элина Эдуардовна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Кафедра журналистики и телевидения, Москва, Россия

E-mail: lina_el@list.ru

Средства массовой информации имеют особое специфическое воздействие на реципиента, где присутствует манипулирование общественным сознанием посредством телевидения, прессы, радио и интернета.

Обратимся к зарубежным и отечественным исследователям, которые занимались подробным изучением манипулятивных и пропагандистских методик воздействия на массовое сознание, в частности к Э. Фромму, Э. Бернейсу, Е.В. Егорова-Гантман, С.Г. Кара-Мурза.

Тем не менее, СМИ создают виртуальную реальность посредством информационных и компьютерных технологий, в которой объекты и процессы из реального мира замещены симуляциями. Это уже один их механизмов манипуляции массовым сознанием со стороны средств массовой информации.

Медиа оказывают особое влияние на общество, посредством определенных передач, в частности, даже развлекательных. Вместе с тем, СМИ создают виртуальную реальность, манипулируя сознанием потребителей в своих целях. Современное развлекательное телевидение стало виртуальным пространством. В качестве инструментов влияния на массы используются виртуальные конструкции или симулякры (данное понятие впервые ввел Ж. Бодрийяр) которые успешно принимаются целевой аудиторией. Следовательно, средства массовой коммуникации полностью монополизировали предоставление информации массам. Человек получает информацию, определенные правила поведения в разных ситуациях, пример образа жизни из газет, журналов, телевизора, Интернета. Сейчас телевидение - это массовая энциклопедия культурной жизни. Как известно, телевидение приспособляется к запросам общественного мнения с одной стороны, и диктует культуру с другой. Телевидение всегда стремится быть универсальным, то есть интересным большинству зрителей. Поэтому многие формы развлекательных передач незаурядные, легкие, смешные, а иногда происходит навязывание дурного вкуса, что причиняет вред обществу. Люди неосознанно начинают подражать героям, заимствовать их мысли и действия. Но смотреть можно что угодно. Разве это не манипуляция? В обществе принято придавать негативный окрас термину «манипуляция». Это взаимодействие, в данном случае, автора передач со зрителями по ту сторону экрана. Оно не прямое, не явное, в этом суть манипуляции, это скрытое воздействие на сознание человека. Рекламу мы относим к одному из виду манипуляции. Почему же не можем отнести развлекательные передачи на ТВ? Телевидение прививает мнения в бытовом смысле жизни человека.

Существует огромное количество развлекательных передач с разными направлениями, своими спецификами и нюансами на российском рынке. Весь пласт в одной работе не представляется возможным охватить, поэтому автор выбрал 3 основных телеканала: СТС, ТНТ и Пятница. Мы не берем дополнительные и музыкальные каналы, так как это отдельная сторона теле вещания. У каждого канала своя целевая аудитория, но наше исследование направлено на рассмотрение именно молодежи от 14 до 30 лет в соответствии

с Постановлением «Об основных направлениях молодежной политики в Российской Федерации». СТС принадлежит холдингу «СТС Медиа», ТНТ и Пятница - «Газпром медиа». Все каналы разные в форме подаче материала, целевой аудитории и миссии.

«Первый развлекательный» - так заявил о себе СТС в 1996 году. Миссия телеканала - «Мы делаем жизнь ярче!» и рассчитан больше на семейный просмотр. В сетке вещания присутствуют сериалы собственного производства (Кухня, Воронины, Молодежка, Ивановы-Ивановы и тд.), а также ток-шоу и передачи (Уральские пельмени, Слава Богу, ты пришел!, ПроСТО кухня, Рогов.Студия 24, Кино в деталях и тд.).

В 1998 году начал свое вещания телеканал ТНТ. Основное ядро целевой аудитории молодежь от 18 до 30 лет. Канал можно охарактеризовать как продвинутый и идущий в ногу со временем. Сетка вещания состоит из комедийных сериалов (Универ, Полицейские с Рублевки, Ольга, Интерны, Улица и тд.), реалити шоу (Дом-2, Битва экстрасенсов), шоу талантов (Песни, Танцы), развлекательные передачи (Импровизация, Студия Союз, Перезагрузка, Comedy, Comedy Woman и тд.) и фильмов.

Пятница, новый телеканал, появившийся в 2013 году и быстро завоевавший симпатию, рейтинги телезрителей. Вся концепция канала рассчитана на передачи об удовольствиях и реальности жизни: путешествие (Орел и Решка, Мир наизнанку), еда (Еда, я люблю тебя), шоппинг (Орел и Решка.Шоппинг), сфера услуг (На ножах, Ревизорро, Магазиноо), шоу (Хулиганы, Пацанки, Секретный миллионер, Адская кухня, Теперь я твой босс, Четыре свадьбы и тд.). Только в марте 2019 года появились первые комедийные сериалы собственного производства: Туристическая полиция, Мылодрама и Две девицы на мели (права на сериал выкуплены у Warner Bros. Television).

Мы видим, что контент в развлекательном направлении совершенно различен. Человек может смотреть все три телеканала, но отдавать предпочтение одному больше, чем другому. У каждого есть свой зритель, своя аудитория, на которую влияют передачи. Происходит пропаганда образов, навязывание культуры, общения, манер поведения. Особенно под это влияние попадает молодежь в возрасте от 14 до 25 лет. Неокрепшие умы ищут себя, пробуя каждый раз новое, то, что они потребляют из телевизора.

Этот значительный пласт в исследовании применения манипулятивных технологий только предстоит рассмотреть подробнее и значительнее в магистерской работе.

Источники и литература

- 1) Бодрийяр, Ж. Симулякры и симуляция – Тула, 2013. – 204 с.
- 2) Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: ЭКСМО, 2009.
- 3) С.Смирнов, С.Кара-Мурза Манипуляция сознанием – 2. М.:Алгоритм, 2015
- 4) Фромм Э. Бегство от свободы. М., АСТ, 2009. – 284 с.
- 5) СТС https://ctcmedia.ru/rus/business/our_channels/ctc/
- 6) Пятница <https://friday.ru/>
- 7) ТНТ <http://tnt-online.ru/>