DOI: 10.17117/na.2015.10.04.208

<http://ucom.ru/doc/na.2015.10.04.208.pdf>

Поступила (Received): 30.10.2015

Боташева А.К., Педанова П.В. Роль СМИ в межэтнических процессах

Botasheva A.K., Pedanova P.V.
The role of the mass media in ethnic processes

Статья посвящена проблеме влияния средств массовой информации на формирование идеологии людей. Масс медиа рассматриваются как полноправные участниками этнополитических процессов, а также анализируются функции СМИ, как с положительной, так и с негативной точек зрения

Ключевые слова: этнополитика, средства массовой информации, полиэтничность

This article is devoted to questions of the media's impact on the formation of the people's ideology. Mass media are considered to be a full participant in the ethno-political processes and authors analyzed the function of the media as a positive and a negative point of view

Key words: ethnopolitics, mass media, polyethnicity

Боташева Асият Казиевна

Доктор политических наук, профессор
Пятигорский государственный лингвистический университет
Ставропольский край, г. Пятигорск, пр. Калинина, 9

Botasheva Asiyat Kaziyeвна

Doctor of Political Sciences, Professor
Pyatigorsk state linguistic university
Pyatigorsk, Kalinin ave., 9

Педанова Полина Васильевна

Бакалавр
Пятигорский государственный лингвистический университет
Ставропольский край, г. Пятигорск, пр. Калинина, 9

Pedanova Polina Vasilyevna

Bachelor
Pyatigorsk state linguistic university
Pyatigorsk, Kalinin ave., 9

В настоящее время средства массовой информации прочно вошли в жизнь каждого человека и выполняют множество различных функций. Растет число каналов коммуникации и повышается роль основных источников информации. Данные о происходящих событиях интересуют все большее количество людей, и тот факт, что доступ к любому из источников максимально облегчен, подтверждает главенствующую роль информации в повседневной жизни.

Стоит отметить, что на данном этапе развития общества СМИ – это не только инструмент передачи информации, но также и мощное орудие формирования идеологии и ценностей. Теперь к журналистским целям воздействия на аудиторию стоит относить еще и манипулирование общественным сознанием. Важным фактором успешности этого процесса является растущее с каждым днем число людей, у которых отсутствует как достаточно прочная база знаний, так и временные ресурсы для того, чтобы выбирать и анализировать

получаемую информацию из основных привычных источников. В связи с этим СМИ имеет мощное идеологическое влияние, которое, очевидно, выгодно определенным кругам, которые с легкостью могут создавать и укреплять в сознании сформированный заранее и в необходимом свете взгляд на ту или иную проблему, конфликт, событие, протест. В новейшей истории есть немало количество доказательств этому.

Пропаганда за последнее время значительно обогатилась отработанными и проверенными приемами манипулирования. Многие из них действительно эффективны и влияют на массовое сознание. Люди зачастую не осознают оказываемое на них воздействие и не в силах оказать сопротивление целенаправленному внушению.

Сообщения, передаваемыми современными каналами коммуникации, приобретают как сторонников, разделяющих информацию, так и противников обсуждаемых проблем. Прослеживается также тенденция умышленного искусственного создания волнений в массах путем размещения заведомо ложной или приукрашенной информации, затрагивающей этнические чувства граждан. Подобная тенденция влечет за собой формирование отрицательных межэтнических установок, распространение в массах этнических предубеждений, значительное усиление ксенофобии и повышение напряженности этнического характера в обществе.

В российском информационном поле (телевидение, радио, печатные издания, Интернет) прослеживается наличие огромного количества мифов и отрицательных идеологических установок. Очевидно, что, имея постоянное воздействие на сознание граждан нашей страны, они серьезно влияют на формирование стереотипов с негативной коннотацией. СМИ активно используют технологию «психологической войны», и эти мероприятия имеют явный пропагандистский характер, а также отличаются выверенной планомерностью.

В последнее время информационные войны могут создаваться даже без наличия больших ресурсов [1, 2603]. Посредством массовой коммуникации можно создать ожесточенный конфликт, информация о котором отложится в сознании и будет тиражироваться среди населения. Реальность такова, что потребитель масс-медиа склонен верить тому, что транслируется на экранах и печатается в текстах. В связи с этим многие социологи, политологи и другие специалисты называют средства массовой информации «оружием массового поражения», подчеркивая опасность и губительность последствий медиавлияния. Посредством массовой коммуникации могут быть выделены и те или иные этнополитические и этнокультурные процессы, необъективно оценены этнические группы, подчеркнуты превосходства одних этносов над другими.

По своей природе СМИ не являются инструментом разрушения, так же как и не будут являться ключом к прогрессу. Но те социальные силы, которые используют СМИ в своих целях, как раз и определяют степень положительного или отрицательного влияния на аудиторию. Во многих случаях целесообразнее применить ряд приемов информационного характера для устранения или акцентуации того или иного «противника», нежели вести открытое противоборство с использованием вооруженных методов. Это объясняется тем, что ин-

формация распространяется быстро, прямых жертв не влечет и серьезных затрат не требует.

Но нельзя отрицать и положительную роль СМИ в воздействии на аудиторию: с помощью масс-медиа происходит ликвидация безграмотности, восстановление исторических фактов, укрепление национального самосознания отдельных этносов, народов. К примеру, актуализация понятия этничности (которая сама по себе является интересным феноменом как для общества, так и для науки) происходит особенно активно в последние десятилетия во многом благодаря как раз средствам массовой информации.

Деятельность представителей СМИ в данном ключе может иметь разную направленность, как деструктивную, конфликтную, так и положительную, толерантную. Отметим, что последняя – основополагающая задача демократического информационного общества, в котором процветает такое понятие, как «полиэтничность». Основные масс-медиа культивируют и распространяют этнические образы, мифы, формируют ценности, одним придавая различную нормативную окраску, а другие, оценивая эмоционально – положительно или негативно. Таким образом, в сознании и мировосприятии граждан складывается набор чувств, напрямую соотносящихся с их этническим достоинством: озлобленность, страхи, гордость, обида, радушие.

Средства массовой информации на данном этапе развития социума являются полноправными участниками этнополитических процессов. Они обладают способностью популяризировать сложившийся веками этнический опыт, а также тиражировать современные успехи процесса коммуникации между различными культурами. В данном контексте особенно актуально национальное вещание, как нельзя лучше отражающее этнический дискурс. Таким образом, средства массовой информации и особенно национальное вещание играют существенную роль в формировании и развитии этнополитических конфликтов.

На наш взгляд, СМИ должны доносить до различных категорий своей аудитории правдивый и адекватный взгляд на ситуацию. Ведь только соблюдение данного условия позволит развить в потребителях информации способность противостоять внушению, а также эскалации новых конфликтов разного рода.

Только корректное с этно-культурологической точки зрения отношение основной массы людей к различным идеологическим теориям, моральным, религиозным взглядам, культурным явлениям, к людям разных национальностей является основным условием социального и духовно-нравственного баланса, формирует и поддерживает общественную стабильность. В связи с тем, что вопрос межэтнических отношений в настоящее время стоит особенно остро, значительно возросла роль СМИ в данном вопросе, поэтому именно медиа-ресурсы должны взять на себя функцию формирования индивидов и личностей, всесторонне развитых и имеющих адекватную оценку ситуации в стране и мире в целом.

Список используемых источников:

1. Боташева А.К. Сравнительный анализ современного терроризма и войны // Право и политика. 2008. №11. С. 2603-2608.
2. Ачкасова В.А. Возможности СМИ в области лоббирования: медиа как фактор конфликтности и соглашения // Мировые процессы, политические конфликты и безопасность. М.: РОССПЭН, 2007.
3. Козырев Г.И. Политическая конфликтология. М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2008.

© 2015, Боташева А.К., Педанова П.В.
Роль СМИ в межэтнических процессах

© 2015, Botasheva A.K., Pedanova P.V.
The role of the mass media in ethnic processes