

УДК 004:002

DOI: 10.34670/AR.2019.44.5.033

Телевидение как инструмент направленного информационного воздействия: перспективы и риски

Попова Татьяна Владимировна

Кандидат юридических наук, доцент,
начальник отдела по исследованию проблем отраслевого управления,

Научно-исследовательский центр,
Академия управления Министерства внутренних дел Российской Федерации,
125993, Российская Федерация, Москва, ул. Зои и Александра Космодемьянских, 8;
e-mail: tvp.tvp@bk.ru

Аннотация

Для современного общества характерно повышение интенсивности ряда общественных процессов. Среди них большое значение имеют информационные процессы, которые за последнее столетие кардинально изменились. В современном обществе информация выступает в качестве важнейшего политического фактора. Одновременно с этим от информированности населения о различных видах продукции напрямую зависит экономическая эффективность отдельных организаций. Культурно-информационный фон задает общую направленность протекания общественных процессов, поскольку от социального мировоззрения членов общества зависят выбираемые ими модели поведения и стратегии развития. В этом контексте приобретает высокую актуальность рассмотрение одного из основных каналов современного информационного обмена – телевидения. Объектом исследования является динамически развивающееся общество, предмет исследования – роль телевидения в протекании современных общественных процессов. Основные методы, применяемые в работе – исторический подход, сравнение, анализ. В статье рассматривается общая специфика информационных процессов как фактора социального развития. Исследуются изменения в информационных процессах, произошедшие в результате развития телевидения. Рассматривается роль современного телевидения в протекании основного спектра общественных процессов. Раскрывается значение телевизионной сферы как одного из основных инструментов воздействия на общественное сознание. Доказывается, что в текущих условиях телевидение представляет собой как источник социальных рисков, так и ценный инструмент оптимизации общественных отношений в зависимости от того, каково содержание транслируемых информационных сообщений.

Для цитирования в научных изданиях

Попова Т.В. Телевидение как инструмент направленного информационного воздействия: перспективы и риски // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2019. Том 8. № 5А. С. 174-181. DOI: 10.34670/AR.2019.44.5.033

Ключевые слова

Телевидение, общество, средства массовой коммуникации, средства массовой информации, манипуляции общественным сознанием, направленное информационное воздействие.

Введение

Область телевидения, как, впрочем, и другие основные сферы массовой коммуникации, имеет сравнительно недолгую историю существования, однако уже сейчас можно судить о том, что она претерпела ряд существенных изменений. Настоящая статья ориентирована на раскрытие того, как со временем изменилась роль телевидения в системе социальных процессов. В данном случае будут учитываться как общие аспекты информационного взаимодействия в обществе, вкупе с состоянием социальной системы, так и специфические факторы, определяющие текущее состояние телевидения, его роль и значение в системе социальных процессов, а также проблемы, стоящие перед социальным знанием с учетом текущего состояния ситуации. Прежде всего следует осветить на общем уровне специфику информационных коммуникаций, как фактора протекания общественных процессов.

Основная часть

Одним из основополагающих аспектов состояния общества является область коммуникации. На уровне коммуникативных процессов реализуются основные социальные функции. Коммуникация определяет информированность членов общества об основных явлениях общественной жизни, процесс социализации, социального контроля. Исследователи отмечают высокую значимость непосредственной среды социального взаимодействия, в рамках которой происходит формирование преобладающих моделей социальной активности. При этом делается упор как на социально-ролевом аспекте взаимодействия¹, так и на социально-феноменологическом аспекте, связанном с зависимостью формирования социального мировоззрения от преобладающих социальных установок ближайшего окружения². Вместе с тем хотелось бы обратить внимание на то, что помимо непосредственной межличностной коммуникации существуют также формы коммуникационных процессов, характеризующиеся однонаправленным действием. Типичный пример подобного рода однонаправленного информационного сообщения – объявление на стенде, функция которого состоит в информировании. Феномен направленной коммуникации имеет длительную историю. В этом плане наиболее ранними формами являются речи представителей жреческой касты (в более поздние периоды развития общества – проповеди священников), речи высокопоставленных лиц (государь, полководец, и т. д.). Со временем происходит институциональное оформление механизмов информирования населения, что проявляется в деятельности средневековых глашатаев. Принципиальное значение в данном случае приобретает то, что направленный коммуникативный акт в данном случае характеризуется определенной степенью массовости. Один носитель информации (независимо от того, речь идет об информационном стенде, или же о человеке, осуществляющем информирование вербально), в данном случае обладает возможностью информационного воздействия сразу на множество представителей социальной

¹ Мертон, Р. Социальная теория и социальная структура. - М.: АСТ: АСТ МОСКВА: ХРАНИТЕЛЬ, 2006. - 873 с.

² Шюц, А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии / Сост. А.Я. Алхасов; Пер. с англ. А.Я. Алхасова, Н.Я. Мазлумяновой; Научн. ред. Перевод Г.С. Батыгин, - М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2003, - 336 с.

среды³.

В настоящее время данная тематика находит широкое отражение на уровне понятия массовой коммуникации. Собственно говоря, большинство исследовательской литературы, в какой-либо мере освещающей вопрос направленного коммуникативного воздействия, предметно ориентировано на раскрытие феномена массовой коммуникации. Это не является проблемой в методологическом плане, однако отражает определенный акцент, сложившийся в исследовательской традиции: на первый план выходит массовость, способность субъектов коммуникации транслировать информационное сообщение большому числу реципиентов. Вместе с тем, следует обратить внимание на то, что в рассматриваемой нами идее направленного коммуникационного воздействия присутствует серьезный смысл, связанный с моментом целенаправленности, что определяет как возможность выборочного отношения к аудитории (при которой в расчет берется не вся совокупность реципиентов информационного сообщения, а определенная выделенная группа), так и привнесение в информирование у аудитории определенных дополнительных задач, связанных с формированием у ее представителей определенных специфических форм отношения к освещаемому объекту, дополнительных мотивов, способов оценки окружающей социальной действительности и т. д.

В данном случае для нас важным является то, что одностороннее коммуникативное воздействие приобретает новое измерение в тот момент, когда мы начинаем рассматривать его в контексте идеи целевых установок, лежащих за ним. Исторически момент целеполагания, стоящего за информированием, представлен широким спектром примеров. Так, например, деятельность рассмотренных выше герольдов состоит не только в информировании населения, но и в побуждении к определенным действиям (то же самое мы можем наблюдать и у священников, читающих проповедь). В этом плане развитие средств массовой коммуникации означает сонаправленность двух процессов, один из которых состоит в расширении технических возможностей осуществления информационного воздействия, другой же – в совершенствовании методологии осуществления информационных манипуляций⁴.

Что касается технических возможностей осуществления информационного воздействия, следует учитывать не только сам факт изобретения телевизионного формата передачи информации (а также, соответственно, телеприемников), но и такой момент, как сложность изготовления телеприемников, их стоимость и, соответственно, доступность для населения. И здесь следует отметить, что с момента изобретения телевидения и вплоть до его широкого распространения имеет место существенный временной промежуток.

Отдельного внимания заслуживает и такой аспект, как издержки телевидения. Коль скоро мы говорим о процессах развития телевизионной сферы в период, когда она вышла из-под прямого государственного регулирования, такой аспект, как стоимость вещания, имеет ключевое значение, поскольку именно он определяет окупаемость функционирования телеканала и, соответственно, долю информационных услуг, предоставляемых телеканалом для того, чтобы окупить материальную сторону медиаактивности и выйти на уровень доходности.

³ Науменко, Т. В. Массовая коммуникация как социальный процесс (Философско-методологический анализ проблемы): дис. ... д-ра филос. наук: 09.00.11: - Москва, 2004. - 380 с.

⁴ Хлопков, К. А. Значение средств массовой коммуникации в процессе манипуляции массовым сознанием // Вестник КГПУ им. В.П. Астафьева. - 2009. - №2.

Развитие техники делает возможным снижение издержек на осуществление телевидения, что связано как с повышением точности приемников, так и с большей эффективностью аппаратуры на телевышках. Отдельного внимания заслуживает спутниковое вещание, которое в настоящее время приобретает все большую популярность у населения. Таким образом, в настоящее время отмечается общая тенденция снижения издержек осуществления телевизионного вещания, что задает расширенные возможности по формированию узконаправленных информационных услуг в телевизионной сфере.

Для того, чтобы проиллюстрировать данный момент, достаточно обратить внимание на соотношение между широтой охватываемой аудитории и универсальностью формируемых информационных программ. В данном случае в условиях высокой стоимости вещания безусловный приоритет приобретают телевизионные передачи, ориентированные на массовую аудиторию, в то время как область интересов узкой аудитории практически не раскрывается. По мере расширения технических возможностей осуществления вещания происходит постепенное расширение тематической направленности телевизионных каналов, что влечет за собой формирование тематических каналов, ориентированных на отдельные группы населения, выделяемые по критериям преимущественных интересов. При этом, несмотря на преобладание критерия области интересов, зачастую данные группы оказываются однородными и по другим социальным признакам (возрастной, гендерный, уровень образования и т. д.).

Здесь мы подходим к чрезвычайно важному понятию, сформированному в медиасфере, а именно к понятию целевой аудитории. Фактически, в условиях, когда аудитория отдельных телевизионных каналов уже обладает определенной групповой определенностью, воздействие, оказываемое посредством телевизионного контента, приобретает точечный характер и существенно повышает свою эффективность. Это определяет общее повышение возможностей телевидения по управлению общественным сознанием. Вместе с тем, требует прояснения сам по себе вопрос о том, каким именно образом возможно осуществление информационного воздействия на членов общества, иными словами – какие механизмы и принципы делают возможным информационное воздействие на аудиторию и насколько серьезные последствия это воздействие может иметь.

Для того, чтобы осветить данный вопрос, необходимо, в первую очередь, осветить вопрос о специфике социального мировоззрения и основаниях его формирования. Социальное мировоззрение – это сложившаяся на уровне отдельной личности или группы лиц система представлений о совокупности социальных явлений и отношений, а также набор исходных предпосылок социального восприятия и оценки окружающей действительности и отдельных ее элементов. Социальное мировоззрение представляет собой активно развивающуюся сферу социального знания, в формировании которой имеют значение как существующие предпосылки социального познания, так и познавательная деятельность, включающая в себя получение непосредственного опыта, его осмысление, а также заимствование отдельных идей и положений. Отдельного внимания заслуживает то, что на приобретение социального опыта напрямую влияет характер уже сложившихся мировоззренческих установок. Данный аспект подробно раскрывается в рамках теории социального конструктивизма⁵.

⁵ Бергер, П., Лукман, Т. Социальное конструирование реальности. - М., «Медиум», 1995.

Традиционно в исследовательской литературе вопрос о характере и основаниях формирования социального мировоззрения разрешается через анализ индивидуальных характеристик личности, общей специфики культурно-исторической ситуации, а также через рассмотрение практики общественных отношений, как основания получения социального опыта. Такой подход делает возможным комплексное рассмотрение ситуации, в котором учитываются как общие основания формирования мировоззрения, так и индивидуальные факторы.

Вместе с тем, каждый из рассмотренных факторов по отдельности не дает исчерпывающей картины, кроме того, даже их совокупность не позволяет в полной мере определить причины формирования конкретных способов социального восприятия, поскольку и общий культурный фон и характер социального взаимодействия – факторы слишком общие для того, чтобы на их основании возможно было детально осветить момент вариативности общественного сознания, а сведение характеристик социального мировоззрения к индивидуальным особенностям не представляется перспективным в силу наличия иных факторов вариативности мировоззрения. Основным среди них является неоднородность культуры, наличие на уровне культурно-коммуникационной сферы носителей различных мировоззренческих установок, взаимодействие с которыми влияет на характер конечной социальной картины мира индивида. В этом плане в зависимости от того, насколько однородной является среда коммуникации, можно говорить либо о наличии серьезного сходства мировоззренческих установок членов общества, либо о существенной вариативности в способах их социального восприятия. Современная ситуация в информационно-коммуникационной сфере характеризуется преодолением естественных барьеров в социальной коммуникации, в результате чего происходит информационное взаимодействие между носителями совершенно различных мировоззренческих позиций. Немаловажную роль в этом сыграло, в том числе, телевидение, на уровне которого происходит освещение различных культурных, политических, социальных позиций, демонстрируются разнообразные формы социальной активности, даются разные модели социального восприятия отдельных явлений. В современном мире телевидение прочно вплетается в систему источников социального знания, при этом, как и в случае с печатным словом, присутствуют устойчивые социальные стереотипы, определяющие авторитетность телевидения, как источника. При этом, что немаловажно, наряду с элементом некритического отношения к транслируемой на уровне телевидения информации, существует также иллюзия непосредственного восприятия социально значимой информации, при которой субъект социального познания воспринимает телевизионный контент в качестве источника информации, передающего ее в неискаженной форме. Это связано с такими моментами, как присутствие визуального и звукового ряда, воспринимаемого представителями зрительской аудитории и проходящего основные стадии осмысления наряду с непосредственным социальным опытом. При этом тот факт, что транслируемая информация зачастую носит характер постановки, либо представляет собой выборочное отображение ситуации, в ряде случаев не берется во внимание членами общества.

Отдельного внимания помимо выборочного характера транслируемой информационной продукции заслуживает то, что предоставляемая социально значимая информация сопровождается комментариями, содержащими в себе в явной или скрытой форме определенную позицию, навязываемую аудитории. Если говорить о развлекательной

телепродукции, следует отметить высокую значимость телефильмов и сериалов, на уровне которых создается отображение социальной действительности с реализованной в художественной форме расстановкой социальных акцентов.

Заключение

В целом современное телевидение обладает широчайшим арсеналом воздействия на общественное сознание, при этом, вне зависимости от того, является ли это воздействие целенаправленным, либо же оно имеет случайный сопутствующий характер, сам факт данного воздействия требует пристального внимания. Бесконтрольное воздействие на область социального мировоззрения может привести к актуализации существенных социальных рисков ввиду случайного или целенаправленного привития населению деструктивных моделей поведения и социального восприятия. В данном случае дифференциация аудитории телеканалов – это один из серьезных факторов риска, поскольку дает широкие возможности для целенаправленных социальных манипуляций с теми группами населения, которые им более всего подвержены. Вместе с тем само по себе телевидение, как канал передачи социально значимой информации, нейтрально и, соответственно, в ряде аспектов может выступать в качестве мощного инструмента оптимизации общественных отношений. В данном случае важно учитывать роль телевидения в современных социальных процессах, что невозможно вне подробного гуманитарного исследования значения и места телевидения в современных социальных процессах.

Библиография

1. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М., «Медиум», 1995.
2. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. М.: АСТ Хранитель, 2006. 873 с.
3. Науменко Т.В. Массовая коммуникация как социальный процесс (Философско-методологический анализ проблемы): дис. ... д-ра филос. наук: 09.00.11: Москва, 2004. 380 с.
4. Хлопков К.А. Значение средств массовой коммуникации в процессе манипуляции массовым сознанием // Вестник КГПУ им. В.П. Астафьева. 2009. №2.
5. Шюц А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии / Сост. А.Я. Алхасов; Пер. с англ. А.Я. Алхасова, Н.Я. Мазлумяновой; Научн. ред. Перевод Г.С. Батыгин, М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2003, 336 с.
6. Стризов А.Л., Токарева, С.Б. Трансформация социальной ответственности и развитие общества модерна // Logos et Praxis. 2010. №7-12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-sotsialnoy-otvetstvennosti-i-razvitiye-obschestva-moderna> (дата обращения: 24.10.2018).
7. Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/
8. Орлова И.Б. Самоубийство - явление социальное // Социологические исследования. 1998. №8.
9. Локк Дж. Сочинения: в 3 т. М.: Мысль, Т.3. 1988. С. 274-275.
10. Монтескье Ш.Л. Избранные произведения // Академия наук СССР. Институт философии; Ш. Монтескье. М.: Госполитиздат, 1955. С. 393.
11. Абдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации. М.: Политиздат, 1994.
12. Соловьев Э.Ю. Прошлое толкует нас (Очерки по истории философии и культуры). М.: Политиздат, 1991.

Television as the instrument of the directed information influence: prospects and risks

Tat'yana V. Popova

PhD in Law, Associate Professor,
Head of the Department for research of problems of branch management,
Scientific Research Center,
Academy of Administration of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation,
125993, 8, Zoe and Alexandra Kosmodemyanskikh st., Moscow, Russian Federation;
e-mail: tvp.tvp@bk.ru

Abstract

Increase in intensity of a number of public processes is characteristic of modern society. Among them information processes which for the last century cardinally changed has great importance. In modern society information acts as the major political factor. Along with it the cost efficiency of the separate organizations directly depends on knowledge of the population of different types of products. Cultural and information background sets the general orientation of course of public processes as the behavior models chosen by them and development strategies depend on social outlook of members of society. In this context consideration of one of the main channels of modern information exchange – television acquires high relevance. An object of a research is dynamically developing society, main object of research – a role of television in course of modern public processes. The main methods applied in work – historical approach, comparison, the analysis. In article the general specifics of information processes as factor of social development are considered. The changes in information processes which resulted from development of television are investigated. The role of modern television in course of the main range of public processes is considered. The value of the television sphere as one of the main instruments of impact on public consciousness reveals. It is proved that in the current conditions the television represents both a source of social risks, and the valuable instrument of optimization of the public relations depending on content of the broadcast information messages.

For citation

Popova T.V. (2019) *Televidenie kak instrument napravlenogo informatsionnogo vozdeistviya: perspektivy i riski* [Television as a tool of directed information impact: prospects and risks]. *Kontekst i refleksiya: filosofiya o mire i cheloveke* [Context and Reflection: Philosophy of the World and Human Being], 8 (5A), pp. 174-181. DOI: 10.34670/AR.2019.44.5.033

Keywords

Television, society, mass media, manipulations with public consciousness, the directed information influence.

References

1. Berger P., Luqman T. (1995) Social construction of reality. M., «Medium».
2. Merton R. (2006) Social theory and social structure. M.: act the Keeper of, 873 p.

3. Naumenko T.V. (2004) Mass communication as a social process (Philosophical and methodological analysis of the problem): dis. ... Dr. Philos. Sciences: 09.00.11: Moscow, 380 p.
4. Khlopkov K.A. (2009) the Importance of mass communication in the process of manipulation of mass consciousness. Vestnik KSPU im. V.P. Astafiev. №2.
5. Schutz A. (2003) Semantic structure of the everyday world: essays on phenomenological sociology / Comp. A.I. Alkhasov; Per. with English. A.J. Alkhasov, N.I. Malumanay; Scientific. ed. Translation G.S. Batygin, M.: Institute of the Fund "Public opinion", 336 p.
6. Strizoe A.L., Tokareva S.B. (2010) Transformation of social responsibility and development of modern society // Logos et Praxis. №7-12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-sotsialnoy-otvetstvennosti-i-razvitiye-obschestva-moderna> (date accessed: 24.10.2018).
7. Federal state statistics service. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/
8. Orlova I.B. (1998) Suicide-a social phenomenon // Sociological research. № 8.
9. Locke John. (1988) Works: in 3 volumes - Moscow: Mysl', vol. 3. pp. 274-275.
10. Montesquieu C.L. (1955) Selected works Academy of Sciences of the USSR. Institute of philosophy; S. Montesquieu. Moscow: State Policy, pp. 393.
11. Abdeev R.F. (1994) Philosophy of information civilization. M.: Politizdat.
12. Soloviev E.Yu. (1991) the Past interprets us (Essays on the history of philosophy and culture). M.: Politizdat.