Марина Александровна Чернова

Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)

marchernov@yandex.ru

**Индоктринационное воздействие на массовое сознание посредством медиакоммуникаций**

Средства массовой коммуникации играют ключевую роль, влияя на культурные и поведенческие изменения в обществе, управляя общественным сознанием, создавая стереотипы и используя механизм «общественного восприятия» посредством индоктринационного воздействия.

Ключевые слова:индоктринация массового сознания, интеграция массмедийного пространства, медиакоммуникации.

Индоктринацию следует рассматривать в качестве многоуровневого общественно-политического явления, в рамках которого происходит насильственное навязывание систем ценностей, образа мышления в процессе реформирования и трансформации сознания, основанного на некритическом восприятии убеждений и установок. Изучение индоктринации массового сознания посредством интегрированных коммуникаций, встроенных в массмедийное пространство, следует начинать на уровне общественного микровзаимодействия.

Опираясь на картографическое основание в виде печатных, аудиальных, визуальных и web-медиа, средства массовой коммуникации становятся ключевым участником, играющим ключевую роль в формировании индоктринируемого общественного сознания.

Сложный характер взаимоотношений между массовой коммуникацией и обществом зависит от различного рода обстоятельств, с которыми они сталкиваются [2: 43]. В условиях подобного взаимодействия именно интеграция становится концептуальной основой массмедийного пространства, в рамках следующих проявлений:

− разнообразные формы проявления свобод, обладающие центробежным эффектом и подчеркивающие их мобильность и модернизацию;

− национальная солидарность, формирующая индивидуальную изоляцию и, как следствие, потерю социальной сплочённости;

− доминирование единообразия в условиях чрезмерной интеграции приводит к централизованному контролю, социальному конформизму и интеграционной солидарности.

Следует выделить основные направления в индоктринационном воздействии на массовое сознание:

− предоставление информации о различных инцидентах, событиях, происходящих в обществе;

− разработка и интерпретация информации;

− оказание поддержки установленным авторитетам и нормам;

− формирование и поддержание общественных ценностей;

− проведение кампаний по достижению социальных целей в сфере политического, военно-информационного и экономического развития [1: 193].

Рассматривая индоктринацию в качестве насильственного воздействия, средства массовой коммуникаций привлекают и направляют общественное внимание через убеждения о правильности мнений и верований, влияющих на их поведение, что в свою очередь определяет легитимный статус, структурируя восприятие происходящей реальности [4: 373]. Каждый член общества, находясь в информационном медиапространстве, воспринимает окружающую его действительность в качестве личностного мироощущения, исключая возможность несовпадения с реальностью. Однако система ценностей, способы мышления являются результатом искусственного создания различных подходов и их реализации через индоктринационное вторжение в массовое сознание.

Реализация индоктринационного воздействия на массовое сознание посредством массмедиа возможна при выполнении ряда условий:

− наличие технических средств передачи информации, обеспечивающих регулярность поступления информационного контента в пространство;

− поступление социально значимой информации, коррелирующийся с общественными вызовами;

− массовость целевой аудитории;

− многоканальные способы распространения информации с возможностью выбора средств коммуникации, обеспечивающих разнонаправленное влияние на общественное мнение.

Следует подчеркнуть, что в определённой степени медиакоммуникационные инструменты регулирования и функции социального контроля имеют возможность для объединения, поскольку оба эти направления влияют на формирование общественного сознания и создание социальных стереотипов [3: 301]. В свою очередь функцию социализации можно назвать социальной сущностью массовой коммуникации, воздействующую на общество с целью оптимизации его деятельности, социализации личности и интеграции общества [5: 75].

Находясь в условиях постоянного воздействия посредством бомбардировки информационными сообщениями, человек испытывает на себе работу различных коммуникационных инструментов, продвигающих не только товары и услуги, но и настроения, установки и представления об окружающем его мире.

Литература

1. Брайант Д. Основы воздействия СМИ. М., 2004.
2. Богомолова Н. Н. Социальная психология массовой коммуникации. М., 2010.
3. Виноградова С. М. Психология массовой коммуникации. М., 2014.
4. Кафтан В. В. Теория и практика массовых коммуникаций. М., 2021.
5. Черных А. И. Социология массовых коммуникаций. М., 2008.