Ангелина Станиславовна Старикова

Университет при МПА ЕврАзЭС (Санкт-Петербург)

geliostar2@gmail.com

**Медиапропаганда – подход Бернейса и Лазарсфельда**

Рассматривается актуальное состояние пропаганды в системе массовой коммуникации, её влияние на поведение индивида и общества, функции и последствия. Материалом исследования выступает сравнительный анализ точек зрения специалиста в сфере связей с общественностью Эдварда Бернейса и социолога Паула Лазарсфельда.

Ключевые слова: медиа, массовая коммуникация, пропаганда, социология, влияние медиа.

В современной реальности средства массовой информации имеют колоссальное влияние не только на политическую сферу, но и на повседневную жизнь человека, его восприятие окружающего мира, общества и себя в целом. Информация о событиях и процессах, происходящих каждый день освещается в медиапространстве, что непосредственно вызывает реакцию у общественности в разных проявлениях: активные и пассивные действия, размышления, обсуждение. Э. Бернейс и П. Лазарсфельд предлагают разные подходы к рассмотрению влияния освещаемой информации в рамках различных сфер жизни общества: экономика, политика и пр.

Определение понятия «пропаганда» изменялось в зависимости от исторического контекста и общественной парадигмы. Бернейс обращает внимание на несколько разных трактовок: «Сообщество кардиналов, надзирателей...», «...любая организация и план действий для рассмотрения доктрин...», «систематические усилия, направленные на получение общественной поддержки...» [1: 19–20].

Важно отметить, что, по мнению специалиста, какое значение ни несла бы пропаганда в общем значении, она не имеет эмоциональной окраски: «...качество пропаганды, будет ли она “хорошей” или “плохой”, зависит исключительно от значимости продвигаемых идей и достоверности распространяемых сведений» [1: 20].

Сам же Бернейс вводит понятие современной пропаганды – это «последовательная и продолжительная деятельность по созданию или трактовке событий с целью повлиять на отношение масс к тому или иному предприятию, идее...» [1: 24].

Здесь нужно обратить внимание на важную функцию пропаганды, которую Бернейс выделяет в своей работе: «Пропаганда становится корнем важных начинаний, она носит универсальный и постоянный характер, призвана выстраивать общественное сознание в строгих рамках» [1: 25].

Паул Лазарсфельд придерживается несколько иных взглядов, обращая внимание на то, что социальная роль массовой коммуникации зачастую преувеличена, а функции носят не только нейтрально-позитивный характер, но и резко негативный, что выражается в выделенной Лазарсфельдом дисфункции – наркотизации [2]. Рассматривая пропаганду в значении инструмента массовой коммуникации, он выделяет несколько важных категорий: социальная роль, социальные функции и условия успешного развития пропаганды. Тем не менее, транслируемая пропаганда должна действовать в определенных условиях: монополизация, направление базовых ценностей и дополняющие непосредственные контакты. Монополизация выражается в отсутствии контрпропаганды, что создает однородную почву для продвижения и восприятия информации, не оставляя «трещин» для протечки иной позиции. Также Лазарсфельд указывает на то, что пропаганда малоэффективна для изменения базовых ценностей и установок общества, она может только задать направление для изменения некоторых структур или поведения человека в обществе. Тем не менее, даже с отсутствием представленных выше категорий, массовая пропаганда может получить распространение с помощью дополнения пропагандистских усилий «персональными контактами» [2].

Влияние пропаганды социолог связывает не только с тем, о чем говорится, но и с тем, о чем не говорится вовсе. Та информация, которая доходит до общественного сознания строго контролируется «собственником»: лидером, государством и др. Это может привести не только к формированию определенных паттернов поведения или единичным активным действиям, но и полному бездействию человека, что наиболее ярко отражается в политической сфере общества [2].

Подводя итог, стоит сказать, что разночтения в определении понятия и функций пропаганды делают необходимым разработку теории пропаганды, которая востребована в современном обществе.

Глубокое понимание такого инструмента позволит направить усилия в правильное русло и снизить уровень дезинформации, что, в свою очередь, приведет к налаживанию взаимодействия между общественными структурами и человеком, повысит грамотную информативность населения.

Литература

1. Бернейс Э. Пропаганда. [М.](https://book24.ru/brand/neoclassic/), 2025.

2. Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие: пер. с англ. // Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире. М., 2004.