Сауле Викторовна Ашенова

Международный университет информационных технологий, Казахстан

saule\_ashenova@mail.ru

**Риски и манипулятивные техники в профессиональной идеологии журналистики**

В материале представлены исследования о рисках, которые возникают при использовании журналистских методов влияния на общественное сознание с применением компонентов идеологического манипулирования. Со стороны журналистики этими компонентами становятся стилистические особенности, компонентом идеологии при этом выступают манипулятивные технологии.

Ключевые слова: манипуляция, СМИ, инструменты идеологии, общественный интерес, общественное мнение.

Современный медиарынок, со своей высокой скоростью распространения информации, переполненный информационными порталами, онлайн-изданиями и массово представленный коммуникациями в социальных сетях, породил некий двоякий образ как отдельных представителей массовой аудитории, так и целых групп общества, настроенных на действие. Рискну предположить, что это условное действие тем более опасно, чем менее оно подпадает под действие законов профессиональной идеологии.

Однако, даже если мы обратимся к трем идеологическим установкам, первая из которых ставит журналиста над аудиторией, вторая – размещает рядом с аудиторией, третья предполагает соратничество [1], мы увидим, что есть элемент, объединяющий любое взаимодействие профессионального журналиста с аудиторией с точки зрения возможностей манипулирования. Другими словами, журналист может манипулировать мнением аудитории и возвышаясь над ней, и находясь с ней в одной связке. При этом он может вполне отдавать себе отчет в целях манипуляции и может вполне искренне считать, что реализует исконную идеологическую функцию журналистики. В любом случае влияние журналистики на общественное мнение реализуется через навязывание информационным рынком нужного образа [2]. И такой подход модифицирует понятие профессиональной идеологии применительно к массовой аудитории, переводя ее в категорию идеологии управленческой, удобной для реализации государственных или олигархических интересов. В этом случае СМИ выступают как профессиональный идеологический институт, а принципы демократии вполне могут остаться за бортом. Инструментами идеологии при этом становится стилистика или выбор заведомо псевдоактуальной для аудитории, с точки зрения создания обстановки, темы журналистских материалов.

Например, для мировой общественности этнические конфликты, происходящие в светской, но мусульманской стране, могут содержать в себе созданный и навязанный СМИ образ, имеющий отношение к экстремизму. Не секрет, что в современном мире в большей мере и в первую очередь сложился образ террориста-мусульманина из-за вспышек террористических актов, якобы находящихся под эгидой ислама, о которых вещают СМИ. В связи с большим количеством подобных событий у журналистов порой не хватает временного ресурса или достаточной незаинтересованной аналитики, вследствие чего СМИ начинают тиражировать искаженный образ возможных конфликтов или произошедших событий.

В Казахстане можно привести в пример «Кордайский конфликт». В некоторых зарубежных СМИ присутствовала субъективная оценка, прослеживающаяся в стилистике подачи материала. Например, в газете «Коммерсант» автор подробно остановился на заслугах пострадавшей семьи чеченской национальности, вскользь упомянув травмы, нанесенные представителю казахской национальности, которые и послужили изначально катализатором дальнейших событий. «Радио Свобода» (признано в РФ СМИ-иноагентом), в свою очередь, использовала эту тему как возможность критически отнестись к реализации проводимой в Казахстане политики национального согласия [3]. Другие примеры: появились сообщения о запрете в РК с 2023 года изучения русского языка и переводе всех школ на казахский язык. В ответ казахстанский сайт https://stopfake.kz/ru/, со ссылкой на МОН РК, опроверг это утверждение, а Zakon.kz привел статистические данные: в Казахстане из 6957 государственных школ 3733 школы (53,6%) ведут обучение только на казахском языке, 1160 школ (16,6%) – на русском, 2047 (29,4%) – на казахском и русском языках [4].

Выводы здесь однозначны. То, что идеология играет важную роль в любом обществе, не вызывает сомнений. Но то, как используются принципы идеологии и соотносятся ли они в современной журналистике с принципами социальной ответственности, – это вопрос сегодня является как нельзя более актуальным.

Литература

1. Дзялошинский И. М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. М., Престиж, 2006.

2. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2004.

3. Радио Свобода: В Казахстане произошли столкновения между казахами и чеченцами. URL: https://www.svoboda.org/a/384218.html.

4. Минобразования Казахстана опровергло слухи о запрете изучения русского языка с 2023 года // ТАСС. 2021. 31 марта. URL: https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/11035439.