

Ашенова С.В.

**ФОРМИРОВАНИЕ МИРОВОЗЗРЕНИЯ СОЦИУМА КАК ОДИН ИЗ АСПЕКТОВ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
С ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ**

S.V. Ashenova

**WORLDVIEW FORMATION OF THE COMMUNITY AS ONE OF THE ASPECTS
OF THE INTERACTION OF THE MEDIA PUBLIC OPINION**

УДК: 316.334.3+363.15

На сегодняшний день при обретении государствами реальной независимости актуальнейшую роль играет обретение независимости информационной. При этом необходимо рассматривать вопрос о создании эффективной идейной платформы. Так как влияние на политику СМИ осуществляют, прежде всего, через воздействие на информационный процесс, что, в свою очередь, позволяет определенным образом формировать общественное мнение, то создание идейной платформы должно осуществляться через взаимовыгодную связь государственной политики и СМИ как социального института.

В своей идеологической деятельности журналистика обращается ко всем компонентам массового сознания, что легко проследить по материалам изданий и программ. Для изучения воздействия деятельности журналистики во взаимосвязи с различными тенденциями управленческих особенностей важно знакомство с каждым из них. А для того, чтобы определить насколько управление журналистикой может быть связано с политическими интересами, и как это влияет, в свою очередь, на изменение общественно-политических взглядов социума наибольший интерес представляют такие компоненты как мировоззрение и общественное мнение.

Применительно к средствам массовой информации в первую очередь идет обращение к массовой аудитории через коммуникативные приемы создания общественного мнения, как носителя оперативной информации. Термин "общественное мнение" в научный обиход был введен в 1791 году английским историком Э.Гиббоном в работе о Римской империи. И вот уже более двух веков общественное мнение играет огромную роль в политической социализации общества. Общественное мнение формируется там и тогда, где и когда на обсуждение народа ставится проблема, имеющая важное практическое значение, затрагивающее существенные интересы людей. Таково первое условие формирования общественного мнения. Чаще всего оно касается вопросов, связанных с политикой, экономикой, правом, моралью или искусством, где больше всего спорного и затрагивающего интересы людей. Предметом рассмотрения общественности чаще всего выступают те формы общественного сознания, те вопросы, которые предполагают различия в оценках, характеристиках, т.е. включает в себе момент

дискуссионности - это второе. Третье условие формирования общественного мнения - уровень компетентности. [1]

Оно создается под воздействием всех форм общественного сознания: обыденного (включая общественную психологию), эмпирических знаний, даже предрассудков и научно-теоретического (включая политические взгляды, искусство), а так же всех источников массовой информации. Таким образом, структура общественного мнения сложна и многообразна. Но не менее сложен и процесс его формирования. Дело в том, что идеи, проникая в сознание масс, взаимодействуют с чувствами, эмоциями, настроениями, традициями, волей людей. Будучи состоянием общественного сознания, общественное мнение выступает посредником между сознанием и практической деятельностью людей. Общественное мнение, создаваемое посредством каких либо конкретных событий, изменяется в соответствии с движением истории. Картина текущей действительности находится в постоянном движении и изменении, соответственно изменениям, происходящим в социальной жизни. Полнота и многообразие общественного мнения делает это духовное образование важнейшей составляющей ориентированности масс.

В свою очередь, социальная информация, формирующая сознание, имеет непосредственное отношение к решению задач идейного содержания, так как иные средства идеологического воздействия не так оперативны, масштабны и регулярны, а необходимость передачи всесторонней социальной информации явилась одним из факторов если не зарождения журналистики, то безусловно, ее бурного развития как социального института. СМИ, активно участвуя своими средствами в формировании всех компонентов массового сознания, в силу своей специфики и места в системе идеологических институтов основное внимание уделяют задачам по развитию общественного мнения.

В данном контексте начинают играть видную роль научные разработки и представления о структуре массового сознания, взаимосвязанного со СМИ, как о совокупности взаимодействующих компонентов, которые хотя и носят несколько упрощенный и жестко фиксированный характер, все же помогают увидеть главное - структуру массового сознания как объекта журналистской деятельности. [2]

В структуре сознания фундаментальную роль играет мировоззрение. Являясь системой обобщенных представлений о мире в целом, оно включает представления о "концепции жизни" разных народов, стран, групп, об их взглядах на современность и историческую перспективу, путях к социальному прогрессу. Чем шире система мировоззренческих идей, чем глубже они разработаны и объективнее отражают природные и социальные законы, тем лучше выполняют регулятивно-творческую роль и определяют отношение носителей мировоззрения к окружающему, способствуют верной выработке оценок явлений жизни, формированию стремлений и направленности социальной активности людей.

Формирование мировоззрения - главная задача всех форм идеологической работы. В журналистике постоянно публикуются произведения, прямо рассчитанные на формирование мировоззрения. Разные издания и программы опираются на различные мировоззренческие взгляды; одни исходят из уже сложившихся научных философско-исторических концепций, другие из различных интерпретаций религиозных учений, третьи (это самый трудный, но наиболее плодотворный путь) - ищут отвечающие современному положению вещей новые концептуальные подходы и решения. Частные, порой абстрактно формулируемые общечеловеческие идеи и ценности при согласовании с интересами различных "частных" групп в исторической перспективе начинают приобретать значение реальных требований. При этом, неизбежно, перед СМИ встает вопрос о создании и принадлежности к определенной идейной платформе и влияние их в данном контексте на общественное мнение социума.

Если рассматривать результаты поиска определения свободы и истины в истории, то кажется очевидным, что свободный выбор журналистом из множества альтернатив неразрывно связан со служением истине, поиском и утверждением истинных представлений о сущем и должном, разумно обоснованных путей прогрессивного развития. Дж. Мильтон связывал в свободной деятельности "торжество истины" с "испытанием добродетели". Т. Гоббс призывал хотя бы через закон "вынуждать к справедливости". [3]

Разработка и внедрение в журналистскую практику новых мировоззренческих идей сталкиваются с большими трудностями, проходят в борьбе мнений, в полемических схватках и дискуссиях. В эти споры включается аудитория, что носит позитивный характер, - новые идеи могут развиваться, и осваиваться только полемически. При этом новые мировоззренческие идеи возникают скорее как отдельные, порой частные (и небесспорные) выводы из анализа явлений жизни и бывают далеки от философско-социологических обобщений, носящих логически завершенный характер. Однако со

временем происходит оформление первоначальных идей в стройные концепции.

Всякое общество зиждется на мировоззрении. Не на экономическом базисе, не на политическом, не на идейном. И не сознанием определяется в последнем счете общественное бытие, не волей политиков, не наличием или отсутствием материальных благ. Жизнь общества определяется в первую очередь мировоззрением, господствующим среди членов этого общества, граждан этого государства. При этом оно неплохо просматривается в Основном законе всякого общества - его Конституции, прежде всего в общей части, а не технических разделах Закона, где мировоззрение социума просматривается несколько слабее.

Некоторые аналитики говорили, что Республика Казахстан имеет замечательную Конституцию, которую не следует трогать и менять. Другие, напротив, считали, что в Конституцию Казахстана надо вносить много изменений. Так, 40 поправок предлагалось внести в Конституцию еще в январе 1997 года в Годовом отчете Алматинского Хельсинкского комитета "Права человека в Казахстане". [4]

Каким образом общество должно реагировать на информацию, предлагаемую аналитиками, когда дело касается такого важного вопроса как изменение или принятие новой Конституции страны. Да, собственно, и в отношении любого другого важного политического вопроса. Если общество безоговорочно верит средствам массовой информации, что не всегда является реальностью, то оно будет ждать принятия решения именно от них, не утруждая себя мыслью, чье именно решение должно быть принято как единственно правильное и представленное как таковое на страницах печатных изданий, в формате радио и телевидения. Это то, что касается внутренних процессов, и при этом вопрос структурирования мировоззрения должен трактоваться более широко.

Учитывая понятийные особенности самого процесса с изменяющимися реалиями современности, вопрос мировоззрения, его видоизменений, управления и создания на сегодняшний день связан с вопросом глобализации и ее проявлениями в СМИ. Настоящая информационная глобализация и глобализация, внедренная в сознание аудитории средствами массовой информации, - две стороны одного и того же процесса. Дальнейшее осмысление этого положения приводит к пониманию того, что сам процесс глобализации многомерен и неразрывно разносторонен, его нельзя разделить на составные части без ущерба для понимания смысла и целостности. В условиях глобализации, когда человечество стремится к бесконечному развитию, общество должно перейти к внутренне единому человечеству. Единство людей должно быть именно внутренним, духовным; человечеству предстоит стать единым целым не по названию и формальной принадлежности к одному роду, а через добрую заботу людей друг о друге, через доброе внутреннее

отношение всех ко всем. При этом при решении любых типов задач общественности начинает все более возрастать роль информационного пространства в современном обществе. Информационная сфера всем своим существованием предопределяет взаимодействие с общественным мнением и созданием мировоззренческих позиций. Средствами выступают информационные технологии, а помощником массовое сознание, которое выступает в роли определенного "универсального переводчика", а информационно-политическое воздействие выступает как интенсивная технология и поэтому требует введения в пространство выгодных для проводимых целей характеристик. [5]

Основным в информационных технологиях является воздействие в пространстве принятия решений. Сама же структура же информационного пространства имеет весьма важное значение для решения самых разнообразных социальных задач, так как оперирование именно в этой области дает возможность создавать изменения в других областях.

Литература:

1. См. в трудах: Липманн У. Общественное мнение. - Нью-Йорк, 1966; Дж. Эффекты массовой коммуникации.- Иллинойс, 1960; Левада Ю.А. Пирамиды общественного мнения в "электоральном зеркале" // Мониторинг общественного мнения. 1996. №1. Лозовский Б.Н. СМИ: ресурсы общественного согласия // Роль СМИ в достижении социальной толерантности и общественного согласия. Екатеринбург., 2002. С.14.
2. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. - М., 1998. - 308 с. - С. 53.
3. Мильтон Дж. О свободе печати История печати. М., 2001. С.40. Гоббс Т. Избр. произведения. Т.1, М., 1964. С.536.
4. Дипломатия и права человека. - Алматы, 1997.- 186 с
Отчет Алматинского Хельсинского Комитета о ситуации с правами человека в Казахстане в 1999 году //Законодательство и практика СМИ в Казахстане. - 2000. - № 5. - С. 3.
5. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. М.: Аванти плюс, 2004. - 427 с.

Рецензент: д.полит.н., профессор Романова Н.В.