

ВАРВАРА ЧЕРКАСОВА

МЕДИА-МАНИПУЛИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМ ПОЛИТИЧЕСКИМ СОЗНАНИЕМ

Телевидение и Интернет

Москва
Издательство «Весь Мир»
2019

УДК 316.654:32

ББК 60.56:76.0

Ч 48

Черкасова В.П.

Ч 48 Медиа-манипулирование общественным политическим сознанием: Телевидение и Интернет. М.: Издательство «Весь Мир», 2019. 152 с.

ISBN 978-5-7777-0761-1

Книга представляет собой одно из первых комплексных исследований воздействия медиа-манипулирования на политическое сознание граждан через два канала массовой коммуникации – телевидение и Интернет. Не претендуя на всеобъемлющий анализ воздействия медиа-манипулирования в какой-либо конкретной стране или регионе, автор исследует общий механизм медиа-манипулирования, осуществляемый при помощи различных инструментов.

В работе раскрываются практики, технологии и примеры медиа-манипулирования в современном мире. Современные технологии служат сегодня не только инструментом по передаче и обмену информацией, они выстраивают новые отношения между властью и обществом, являются неотъемлемой частью политического управления. Автор рассматривает и средства защиты общества от медиа-манипулирования. Одним из таких средств могла бы стать развитая система общественного телерадиовещания, создающая условия для здоровой политической конкуренции между разными политическими силами.

Хронологические рамки работы охватывают период с середины XX в., когда началось массовое распространение телевидения, вплоть до наших дней, когда наблюдается возрастающее влияние Интернета как одного из наиболее быстро развивающихся каналов информации и коммуникации.

Книга адресована политологам, журналистам и читателям, интересующимся ролью СМИ в современном мире.

УДК 316.654:32

ББК 60.56:76.0

Отпечатано в России

ISBN 978-5-7777-0761-1

© Черкасова В.П., 2019

© Издательство «Весь Мир», 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОТ АВТОРА	6
ГЛАВА 1. Постмодернизм и новые возможности для медиа-манипулирования	9
Постмодернисты о роли и характере СМИ в современном мире	9
Массовая коммуникация	
СМИ как социальный институт	28
Медиа-манипулирование и его характеристики	45
ГЛАВА 2. Основные каналы медиа-манипулирования в современном обществе	56
Телевидение	56
Интернет	83
ГЛАВА 3. Защита от медиа-манипулирования	114
Индивидуальные средства защиты	114
Общественное телевидение: британский и российский опыт	117
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	135
ИСТОЧНИКИ И ЛИТЕРАТУРА	141