

Бособрод Полина Александровна

**МАНИПУЛЯТИВНЫЙ ХАРАКТЕР СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И ДЕМОКРАТИЯ**

В статье исследуется фактор влияния средств массовой информации на демократический процесс в России. Выделяют две основные позиции относительно роли СМИ в современной демократии. В соответствии с первой СМИ формируют коммуникационную среду, внутри которой люди могут совершать свой независимый политический выбор. Особое внимание уделено второй позиции, приверженцы которой имеют пессимистический настрой по отношению к средствам массовой информации, зачастую использующим манипулятивные технологии.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/3/2015/2-2/9.html](http://www.gramota.net/materials/3/2015/2-2/9.html)

Источник

**Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2015. № 2 (52): в 2-х ч. Ч. II. С. 42-46. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/3.html](http://www.gramota.net/editions/3.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/3/2015/2-2/](http://www.gramota.net/materials/3/2015/2-2/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [hist@gramota.net](mailto:hist@gramota.net)

4. **Попов А. В.** Мюнхенский институт по изучению истории и культуры СССР и вторая волна эмиграции // Новый исторический вестник. 2004. № 1 (10). С. 54-70.
5. **Hacker J.** Die Entwicklung der Ostforschung seit 1945. Kiel, 1958. 26 S.
6. **Oberländer E.** Das Studium der Geschichte Osteuropas seit 1945 // Geschichte Osteuropas. Zur Entwicklung einer historischen Disziplin in Deutschland, Österreich und der Schweiz 1945-1990. Stuttgart, 1991. S. 31-38.
7. **Unger C.** Ostforschung in Westdeutschland. Stuttgart, 2007. 497 S.
8. **Zernack K.** Bemerkungen zur Geschichte und gegenwärtigen Lage der Osteuropahistorie in Deutschland // Europa Slavica – Europa Orientalis. Berlin, 1980. S. 542-555.

#### REVIVAL OF THE EAST EUROPEAN STUDIES IN THE FEDERATIVE REPUBLIC OF GERMANY IN THE POST-WAR PERIOD

**Borodin Sergei Vital'evich**, Ph. D. in History, Associate Professor  
Southern Federal University  
dddboro@yandex.ru

The article examines the process of the revival and further development of institutions for the East European studies in Germany in the period of forming the Federative Republic of Germany. The paper presents the dynamics of creating centers, seminars, institutions, journals and associations for studying Russia and Eastern Europe. Special attention is paid to the activity of the Institute for the History of the USSR in Munich. According to the author, the development of the East European studies in the Federative Republic of Germany was associated with the formation of the new borders of Europe, the beginning of the “cold war”, the critical need of the leadership of the country for objective information on the countries of socialist system.

*Key words and phrases:* the East European studies; Germany; Ostforschung; Osteuropaforschung; The Russian Institute; institutionalization; The Federative Republic of Germany; Russia; “German Association for the East European Studies”.

УДК 32.019.51

#### Политология

*В статье исследуется фактор влияния средств массовой информации на демократический процесс в России. Выделяют две основные позиции относительно роли СМИ в современной демократии. В соответствии с первой СМИ формируют коммуникационную среду, внутри которой люди могут совершать свой независимый политический выбор. Особое внимание уделено второй позиции, приверженцы которой имеют песимистический настрой по отношению к средствам массовой информации, зачастую использующим манипулятивные технологии.*

*Ключевые слова и фразы:* СМИ; коммуникативные манипуляции; общественное мнение; коммуникационные сети; «одномерное мышление»; политическая культура; полицентрическая структура СМИ; общественные СМИ; информационная политика.

#### Бособрод Полина Александровна

Санкт-Петербургский государственный университет  
polinabosobrod@gmail.com

#### МАНИПУЛЯТИВНЫЙ ХАРАКТЕР СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И ДЕМОКРАТИЯ<sup>©</sup>

В предисловии к русскому изданию ставшей широко известной книги «Постдемократия» английский социолог Колин Крауч отметил факт огромной концентрации власти и богатства в многонациональных корпорациях, которые способны оказывать политическое влияние, не прибегая к участию в демократических процессах, и имеют огромные ресурсы для того, чтобы в случае необходимости манипулировать общественным мнением [4, с. 63-71]. Разрешить сформулированную К. Краучем дилемму действительно нелегко. Специфический характер нового миропорядка продолжает влиять на постепенную трансформацию политической власти и политической культуры в направлении их униформизации в различных регионах. Все больше исследований посвящены вопросу, какие факторы влияют на средства массовой информации и как СМИ, в свою очередь, влияют на демократический процесс в современных демократиях.

Широкое распространение демократии с середины 1970-х годов не означает ее беспрепятственного развития. На смену «третьей волны» демократизации пришел период спада демократизации. К концу первого десятилетия XXI века перспективы классической либеральной демократии выглядят сомнительными. «Ликование в связи с повсеместным переходом от автократии к демократии с середины семидесятых годов затенили некоторые серьезные опасности и дилеммы» [12].

В начале XXI века демократия оказалась в парадоксальном положении. С одной стороны, она переживает свой расцвет: количество стран, в которых проводятся сравнительно свободные выборы, стремительно растет [4, с. 16].

С другой стороны, в сложившихся демократиях Западной Европы, Японии и США положение не столь оптимистично. Здесь необходимо вспомнить, например, о падении общественного доверия к государственным институтам в США, а также о снижении участия населения в выборах. Таким образом, формальное расширение демократии происходит в условиях социальной апатии, с которой большинство из нас наблюдает за процессом последовательного ограничения с большим трудом завоеванных гражданских прав и свобод, и дальнейшей концентрации власти в руках узкой элиты и корпораций. Демократия же процветает как раз тогда, когда люди имеют и используют возможность активно участвовать в формировании повестки дня общественной жизни.

Происшедшие в последней трети XX в. в ряде развитых стран глубокие структурные преобразования экономического механизма, выдвинувшие на первые позиции новые наукоемкие отрасли взамен тяжелой промышленности, сопровождались бурным развитием «индустрии знаний» и связанных с ней информационных технологий, глобальной компьютеризацией и появлением разветвленных информационных систем. К концу XX века начинает формироваться общество, которое многие называют постиндустриальным или информационным. Весь мир охватывают информационные сети, что связано с развитием новых информационных технологий, усложнением взаимной зависимости всех составляющих экономической, политической и социальной сферы. Благодаря Интернету создается единая мировая информационно-коммуникационная среда; киберпространство трансформируется в информационное поле социально-экономического, политического и культурного развития всего сообщества, позволяющее обеспечить необходимыми сведениями отдельных граждан, их различные объединения, предприятия, органы власти и управления.

Учитывая возрастающую роль средств массовой коммуникации, неудивительно, что их все чаще рассматривают с точки зрения их содействия или препятствия поддержанию демократических практик.

Очевиден противоречивый характер социальных, культурных и других функций средств массовой информации в современном обществе. Рост возможностей масс-медиа благодаря достижениям науки и техники оборачивается пагубными последствиями дегуманизации для самого общества, а также для самих средств массовой информации как составной его части. «В области изучения средств массовой информации, которая как раз имеет дело с этими новыми факторами, мы вновь обнаруживаем прежние расходящиеся взгляды на общественное мнение либо как рациональное личностное выражение точки зрения, либо как массовую манипуляционную обществом» [11, с. 318]. Те, кто верит в благотворную силу средств массовой информации, считают, что опросы общественного мнения помогают гражданам выражать свою точку зрения, а правительству – слышать о пожеланиях граждан. Средства массовой информации являются неотъемлемой частью современной демократии. Благодаря СМИ формируется коммуникативная среда, опираясь на которую граждане основывают свой политический выбор. Среди демократических функций средств массовой информации можно выделить следующие: отслеживание социально-политических событий, выявление наиболее актуальных проблем, предоставление платформы для дискуссий, возможность контролировать ответственность чиновников за то, как они осуществляют свои полномочия, стимулирование граждан к участию в политическом процессе и др. [16, р. 270].

Академическая сфера исследования средств массовой информации имеет пессимистичные взгляды на роль СМИ в демократическом процессе. По мнению Э. Тоффлера, особенностью современных средств массовой коммуникации является то, что они дают людям возможность неограниченного общения друг с другом, что, в свою очередь, меняет характер политической коммуникации, в связи с чем изучение роли «новых СМИ» в контексте современной теории демократии является вполне правомерным [2, с. 417].

Интересны идеи, которые развивал Г. Маркузе в известной работе «Одномерный человек. Исследование идеологии развитого индустриального общества». «Развитая индустриальная цивилизация – это царство комфортабельной, мирной, умеренной, демократической несвободы, свидетельствующей о техническом прогрессе. В самом деле, что может быть более рациональным, чем подавление индивидуальности в процессе социально необходимых, хотя и причиняющих страдания видов деятельности, или слияние индивидуальных предприятий в более эффективные и производительные корпорации, или регулирование свободной конкуренции между технически по-разному вооруженными экономическими субъектами, или урезывание прерогатив и национальных суверенных прав, препятствующих международной организации ресурсов» [6, с. 1]. По мнению ученого, в результате деятельности государства и стоящих за ним господствующих классов через средства массовой информации намеренно формируется одномерное видение мира: ориентация на абсолютную эффективность производства, ориентация на искусственное формирование у людей ложных потребностей (к примеру, развлекаться, вести себя в соответствии с рекламными образцами, любить и ненавидеть то, что любят и ненавидят другие и т.д.) [Там же, с. 7], представление о тождественности технического и духовного развития общества. Государство абсолютизирует свое влияние, т.к. выступает в роли гаранта безопасности. В современную эпоху технологическая реальность вторгается в личное пространство и заполняет его.

Зачастую средства массовой коммуникации несут с собой предписываемые отношения и привычки, устойчивые интеллектуальные и эмоциональные реакции, которые привязывают потребителей посредством доставляемого им большего или меньшего удовольствия к производителям и через этих последних – к целому. Тем самым СМИ препятствуют разнообразию мнений, следовательно, и демократии. Продукты обладают внушающей и манипулирующей силой, которая превращает их в образ жизни. Эффект средств массовой коммуникации достигается не как результат единичного побуждения, а, как правило, накапливается. Сообщения средств массовой информации передаются в разговорах между людьми, в результате чего уже через короткий промежуток времени не ощущается разница в их восприятии как на месте прямого приема сообщения, так и в отдалении от него. Люди не осознают данного эффекта, а, наоборот, как показал У. Липпман, склонны соединять

собственные восприятия и восприятия «глазами средств массовой коммуникации», как будто это их собственные мысли и впечатления. В большинстве случаев это процесс опосредованный: индивид «наблюдает глазами средств массовой коммуникации» и ориентирует, таким образом, свое поведение [9, с. 267].

«Как следствие, – пишет Г. Маркузе, – возникает модель одномерного мышления и поведения, в которой идеи, побуждения и цели, трансцендирующие по своему содержанию утвердившийся универсум дискурса и поступка, либо отторгаются, либо приводятся в соответствие с терминами этого универсума, вписываются в рациональность данной системы и ее количественных измерений» [6, с. 16]. В итоге человек теряет присущее ему критическое измерение и сохраняет лишь измерение, отвечающее устремлениям его потребительского сознания. Нейтрализуются и политические потенции человека. Система интегрирует в себе любую политическую оппозицию, и, таким образом, последняя лишь внешне выглядит таковой, по существу же она в достаточной степени уживается с установленным порядком.

Конечно, далеко не все высказывания Г. Маркузе можно считать верными. К примеру, последующее развитие событий в мире (ряд социальных и политических конфликтов, в частности «Пражская весна» 1968 г.) исключало возможность одномерности общества. Однако отрицать некоторую культурную униформизацию довольно сложно. Новые технологии, по мнению многих ученых, могли бы решить некоторые проблемы современной демократии. В частности, концепция Г. М. Маклюэна предполагает, что по мере развития коммуникационных технологий общество постепенно превращается в «глобальную деревню», возвращаясь тем самым к своим истокам [5].

«Создание компьютерных коммуникационных сетей стало вполне закономерным следствием не столько упадка демократических институтов, сколько усложнения самих социальных условий жизни. Кроме того, надежда с помощью компьютеров создать новую версию прямой, “дискурсивной” демократии постоянно опровергается теоретически многочисленными оппонентами, полагающими (и далеко не безосновательно), что посредническая миссия компьютерной техники ведет в противоположном направлении, усиливая манипулятивные возможности капитализма, способствуя созданию нового вида иерархии, “патриархии”, а отнюдь не прямой демократии» [2, с. 418-419].

Именно на манипулятивные свойства средств массовой информации делается акцент в концепции постдемократии. При постдемократии формально источником легитимности являются все граждане государства, а фактически принимаются те решения, которые нужны, в первую очередь, крупному бизнесу. В государствах, которым изначально присуща сильная демократия (демократии Европы, Соединенных Штатов Америки), основные права и свободы сохраняются и в новом состоянии. Это и есть постдемократия. В странах, где демократия лишь начала формироваться, права и свободы могут даже не начать развиваться.

Постдемократия – модель, при которой, «несмотря на проведение выборов и возможность смены правительств, публичные предвыборные дебаты представляют собой тщательно срежиссированный спектакль, управляемый соперничающими командами профессионалов, которые владеют техниками убеждения, и ограниченный небольшим кругом проблем, отобранных этими командами. Масса граждан играет пассивную роль, откликаясь лишь на посылаемые им сигналы. За этим спектаклем электоральной игры разворачивается непубличная реальная политика, которая опирается на взаимодействие между избранными правительствами и элитами, представленными преимущественно деловыми кругами» [4, с. 19]. Между тем важно понимать, что эта модель, как и максимальный идеал, является преувеличением.

В результате вышеописанных тенденций все более важную роль играет класс владельцев капитала. К этому, в частности, сводится кризис демократии в начале XXI века.

Отдельное внимание следует уделить медиакорпорациям, особая роль которых приводит к деградации политической коммуникации и к тому, что средства массовой информации становятся антидемократической силой [18, p. 209].

Дело в том, что печать, радио и телевидение входят в коммерческий сектор общества. А для того, чтобы привлечь внимание публики, медиакомпании упрощают информацию, которая подается читателю, слушателю, зрителю. СМИ производят информацию, которая может быстро завладеть вниманием людей. Как следствие, сообщения подаются в сенсационном ключе, и новости становятся более развлекательными, чем информативными, что, в свою очередь, снижает компетентность граждан в политических вопросах. В результате политические деятели вынуждены следовать определенному стандарту, так как если они не смогут выразиться лаконично, броско, просто, то либо публика их не поймет, либо журналисты перепишут то, что они хотели сказать. «Как следствие – повестка дня политических дебатов примитивизируется, выхолащивается, ряд ключевых тем вообще из нее выключается» [7, с. 96].

В случае если массовая информация финансируется исключительно рекламой, интересы обычных потребителей СМИ удовлетворены постольку, поскольку они совпадают с интересами рекламодателей [15, p. 41]. В таких случаях нет никакой гарантии, что общественные интересы будут тем или иным образом представлены. Либерализация рынка средств массовой информации имеет первоначальной целью возможность представления всевозможных интересов различных групп. Однако многие теоретики (Б. Коэн, С. Ленарт, У. Липпман, Г. М. Маклюэн) считают, что СМИ не только удовлетворяют потребительские предпочтения, но и сами формируют их.

Очевидно, что современный человек получает политическую информацию через СМИ, а уже на ее основе формирует собственное мнение. Избирательные кампании, к примеру, чаще всего ведутся именно с помощью телевизионных клипов. Этот механизм и создает возможность для массового политического манипулирования.

На выбор программ, которые смотрят телезрители, большое влияние оказывает реклама. Рекламодатели стремятся упростить выпускаемую информацию, добавив в нее элемент развлечения. Для серьезных политических дебатов трудно найти спонсоров, поскольку таковые не дают людям возможность расслабиться и потому что

зрители часто не соглашаются с представленной в политической программе точкой зрения [17, р. 21]. Как удачно сформулировал Бернард Коэн еще в 1963 г. в своей теории повестки дня, «пресса с трудом может навязать людям, что думать, но она с большим успехом говорит им, о чем думать» [13, р. 13]. Людей необходимо ориентировать в огромном количестве всевозможной информации. Чаще всего люди склонны оценивать важность тех или иных вопросов по количеству и характеру упоминаний о них в средствах массовой информации. Очевидно, что СМИ активно влияют на восприятие населением того, какие проблемы наиболее важны и какие из них, по мнению людей, должны в первую очередь решаться правительством. СМИ бессильны лишь в случае с людьми, достаточно политически грамотными для того, чтобы самим выбирать, какого рода информацию извлекать.

Положение ухудшается тем, что контроль над средствами массовой информации сосредоточен в руках узкой элиты. Необходимым же условием свободы общественного мнения, как утверждает Дж. Сартори, является как раз полицентрическая структура средств массовой информации.

Снижение качества политической коммуникации проявляется также в персонализации электоральной политики. Раньше избирательные кампании, делающие акцент на личности кандидата, были свойственны для диктатур. Сейчас же избиратели склонны голосовать за кандидата, а не за партию, и это значит, что теперь кандидаты представляют себя избирателям с точки зрения их индивидуальных черт и талантов, вместо того чтобы объединять свои усилия с другими представителями партии [14].

Очевидно, что роль СМИ в современном обществе не однозначна. Благоприятные политические, экономические, социальные и культурные условия для достойной жизни людей могут быть обеспечены только в государстве с открытой информационной средой, в которой осуществляются все виды и формы коммуникационных взаимодействий в обществе. Новые информационные технологии, действительно, определенным образом облегчают деятельность демократических институтов. Однако для этого средства массовой информации сами должны быть общественными, способствуя, таким образом, утверждению демократических норм.

К сожалению, не такой характер носят СМИ в России. «Исходя из объективной оценки того факта, что СМИ представляют собой наиболее эффективный инструмент в политической борьбе за завоевание и удержание власти, в их отношении власть проводит политику, направленную, прежде всего, на использование СМИ именно в этом качестве, которую трудно характеризовать как государственную в смысле целей и задач информационного развития» [8, с. 132]. Такая информационная политика приводит к сокращению количества СМИ, способных играть роль альтернативных источников информации, за счет «огосударствления» в тех или иных формах наиболее влиятельных из них и использования таких СМИ для реализации манипулятивных методов массового воздействия на население [Там же].

После распада Советского Союза в России возникли некоторые условия для зарождения гражданской активности. Однако зависимое состояние современных российских СМИ исключает возможность формирования в России гражданского общества в данный момент, если понимать гражданское общество как модель добровольных ассоциаций, образующих центры политической коммуникации. «Ассоциации специализируются на производстве и распространении практических убеждений, т.е. они должны служить тому, чтобы открывать значимые для всего общества темы, способствовать выработке предложений для возможного решения тех или иных проблем, интерпретировать ценности, производить на свет хорошие, полезные для общества доводы и разоблачать, обесценивать плохие» [10, с. 72-73].

В России процесс перехода от авторитарной советской модели средств массовой информации к современной полицентрической сопровождается ростом напряженности в информационном пространстве. Власть стремится взять под государственный контроль наиболее влиятельные средства массовой информации, к которым относятся, прежде всего, общенациональные телевизионные каналы. Правительство требует от СМИ ответственности в ущерб информационной свободе последних. Яркий пример – закон о блогерах, вступивший в силу 1 августа 2014 года. Согласно этому закону авторы сайтов, блогов, страниц в социальных сетях, аудитория которых составляет свыше трех тысяч интернет-пользователей в сутки, должны регистрироваться в Роскомнадзоре, вне зависимости от профиля данного ресурса. Закон накладывает ряд ограничений на содержание интернет-страниц блогеров (к примеру, публикуемая блогерами информация должна храниться в Сети не менее полугодя; пользователи, подпадающие под закон, обязаны публиковать у себя на страницах свои фамилию и инициалы, а также электронный адрес). Некоторые из введенных ограничений противоречат нормам авторского права, согласно которому автор может использовать свое произведение под вымышленным именем (псевдонимом) или без указания имени [1]. Более того, новый закон противоречит Конституции Российской Федерации. Согласно ст. 29 Конституции РФ каждому человеку гарантируется свобода мысли и слова; каждый человек имеет право производить и передавать информацию любым законным способом. Та же статья гарантирует свободу массовой информации и запрещает цензуру [3].

Обратиться к вопросу о роли и характере СМИ в России заставляют происходящие в настоящее время события на Украине. Дело в том, что и проукраинская, и пророссийская стороны активно проводят свою информационную политику. Прежде всего, СМИ используют специальную лексику, вызывающую негативные эмоции. К примеру, российские СМИ акцентируют внимание на «бандеровской» символике участников Евромайдана.

Информация о событиях на Украине, выпускаемая российскими и украинскими телевизионными и радиоканалами, зачастую сильно различается. В частности, что касается референдума в Крыму, то проукраинская сторона описывает его как принудительное действие (людям буквально угрожали автоматами); пророссийская сторона говорит о правовом обеспечении референдума. К сожалению, таких примеров множество, и все они, по мнению автора, свидетельствуют об информационной войне, проводимой обоими государствами. В свою очередь, такая государственная информационная политика Российской Федерации, проводимая «в отношении массового

контента информационной среды и особенно доступа граждан к объективной информации о деятельности органов государственной власти, не способствует устойчивому не только информационному, но, прежде всего, социально-экономическому развитию страны и существенным образом усугубляет проблему отчуждения власти от общества и негативного отношения граждан к политическим и государственным институтам» [8, с. 132].

Тем не менее нельзя не отметить и положительные тенденции в развитии средств массовой информации в России. На сегодняшний день можно выделить ряд источников получения информации, которые не находятся под государственным контролем. Если говорить о телевидении, то существуют независимые телеканалы, такие как «Дождь» и «РБК». Помимо этого, граждане России имеют доступ к радиостанции «Эхо Москвы», к таким изданиям, как «Новая газета», «Ведомости» и др.

Если государственная власть в России действительно стремится к установлению взаимно уважительных отношений с обществом, то проводимая ею государственная информационная политика должна быть ориентирована на обеспечение информационной открытости и прозрачности системы органов государственной власти. Когда сильно развита система информационных связей между государством и гражданским обществом, тогда управляющие функции государства осуществляются с наибольшей эффективностью.

В связи с этим стратегической целью информационной политики Российской Федерации должно стать развитие сферы средств массовой информации как множества альтернативных источников информации. Важно, что принципиальным является не независимость и свобода СМИ, каждое из которых всегда в той или иной степени зависит от его владельца, а то, что все средства массовой информации должны в совокупности образовывать множество альтернативных источников информации, представляющих различные точки зрения [Там же]. В этом и заключается полицентрическая структура СМИ, которая является одним из главных условий функционирования современной полиархической демократии.

#### Список литературы

1. **Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть 4. Ст. 1265** [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/popular/gkrf4/79\\_2.html](http://www.consultant.ru/popular/gkrf4/79_2.html) (дата обращения: 08.11.2014).
2. **Гуторов В. А.** Концепция киберпространства и перспективы современной демократии // Гуторов В. А. Политика: наука, философия, образование. СПб.: СПбГУ, 2011. С. 415-421.
3. **Конституция Российской Федерации** [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/popular/cons/1\\_2.html#p187](http://www.consultant.ru/popular/cons/1_2.html#p187) (дата обращения: 29.10.2014).
4. **Крауч К.** Постдемократия. М.: ИД Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010. 192 с.
5. **Маклюэн Г. М.** Галактика Гутенберга: сотворение человека печатной культуры. Киев: Ника-Центр, 2004. 432 с.
6. **Маркузе Г.** Одномерный человек. Исследование идеологии развитого индустриального общества. М.: REFL-book, 1994. 368 с.
7. **Миллер А.** От демократии XIX века к демократии XXI-го: каков следующий шаг? // Демократия и модернизация: к дискуссии о вызовах XXI века / под ред. В. Л. Иноземцева. М.: Европа, 2010. С. 91-103.
8. **Нисневич Ю. А.** Проблемы государственной информационной политики России // Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2007. № 7 (7). Ч. I. С. 130-132.
9. **Нозль-Нойман Э.** Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М.: Прогресс-Академия; Весь мир, 1996. 352 с.
10. **Хабермас Ю.** Демократия. Разум. Нравственность: московские лекции и интервью. М.: Изд. центр «АКАДЕМИА», 1995. 245 с.
11. **Хардт М., Негри А.** Множество: война и демократия в эпоху империи. М.: Культурная революция, 2006. 559 с.
12. **Шмиттер Ф. К.** Угрозы и дилеммы демократии [Электронный ресурс]. URL: <http://old.russ.ru/antolog/predely/1/dem2-2.htm> (дата обращения: 24.10.2014).
13. **Cohen B.** The Press and Foreign Policy. Princeton: Princeton University Press, 1963. 288 p.
14. **Crozier M., Huntington S., Watanuki J.** The Crisis of Democracy: Report on the Governability of Democracies to the Trilateral Commission [Электронный ресурс]. N. Y.: New York University Press, 1975. URL: [http://www.trilateral.org/download/doc/crisis\\_of\\_democracy.pdf](http://www.trilateral.org/download/doc/crisis_of_democracy.pdf) (дата обращения: 28.10.2014).
15. **Doyle G.** Understanding Media Economics. L.: Sage, 2002. 175 p.
16. **Gurevitch M., Blumler J. G.** Political Communication Systems and Democratic Values // Democracy and the Mass Media / ed. by J. Lichtenberg. Cambridge: Cambridge University Press, 1990. P. 269-287.
17. **Herman E., Waterman McChesney R.** The Global Media. L.: Cassell, 1997. 320 p.
18. **Kellner D.** The Media and Social Problems // Handbook of Social Problems: A Comparative International Perspective / ed. by G. Ritzer. Thousand Oaks: Sage, 2004. P. 209-225.

#### MANIPULATIVE CHARACTER OF MASS MEDIA MEANS AND DEMOCRACY

**Bosobrod Polina Aleksandrovna**  
Saint Petersburg State University  
[polinabosobrod@gmail.com](mailto:polinabosobrod@gmail.com)

The article studies the factor of mass media means impact on democratic process in Russia. Two basic positions in relation to the role of mass media in modern democracy are revealed. In accordance with the first one mass media form communication environment, within which people can make their independent political choice. Particular attention is paid to the second position, which adherents have a pessimistic attitude towards mass media that often use manipulative techniques.

*Key words and phrases:* mass media; communicative manipulations; public opinion; communicative networks; “one-dimensional thinking”; political culture; polycentric structure of mass media; public mass media; information policy.