

Секция «Политические науки»

Визуальные коммуникации в политике

Петрова Анна Андреевна

Студент

Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет философии,

Санкт-Петербург, Россия

E-mail: feladyann@yandex.ru

Важную роль в обществе играют средства массовой информации. Изначально, их целью было информирование общества о событиях в городе, стране, мире, затем постепенно они стали выполнять функцию воздействия на сознание людей, для выработки у последних определенного отношения к сообщаемой информации.

Воздействие осуществляется при помощи пропаганды и агитации. «Пропаганда поκειται на двух элементарных операциях:

- отбор новостей под определенным углом зрения для последующей передачи своему населению или противнику,

- увеличение или преуменьшение значимости события в соответствии с избранной точкой зрения» (Почепцов Г.Г., 2001, С.: 245). По мере развития технологий, расширились возможности воздействия, так если раньше оно осуществлялось по большей степени внутри страны, то теперь приобрело международный характер. Всё больше привлекают внимание ученых информационно-психологические войны. Основными методами информационных войн являются представление ложной информации или выставление информации в выгодном ключе. Объектами являются как индивидуальное сознание, так и массовое. Как правило, манипуляция осуществляется с целью привлечения людей на свою сторону. В политическом контексте манипуляции производятся для контроля населения. На сегодняшний день понятие «манипуляция» подразумевает под собой внедрение в сознание определенного образа мыслей за счет массового внедрения специальной информации.

Современный мир изобилует различными конфликтами. Большинство из них освещается в СМИ. Визуальные коммуникации в конфликте могут использоваться как для затухания конфликта, так и могут стать причиной его эскалации. Кроме того зачастую визуальные коммуникации используются правительствами для отвлечения внимания. Это используется для того, чтобы снизить вероятность влияния масс на ход развития событий, и для снижения социальной напряженности. «Вообще политический процесс сегодня изобилует яркими примерами использования политизированной визуально-образной риторики для мобилизации коллективной политической воли». (Колосов А.В., 2006, С.:6) Наиболее ярким примером являются карикатурные войны.

Самыми распространенными каналами коммуникации (посредством чего передается и воспринимается информация) являются визуальные и слуховые. Большинство действий людей направлены именно на визуальное восприятие, т.к. оно быстрее всего внедряется в сознание людей, к тому же «визуальный канал оценивается аудиторией как более достоверный, поскольку перед ней предстает как бы неотфильтрованный фрагмент действительности, позволяющий видеть детали, на которые обычно не обращают внимания». (Мухаев Р.Т., 2013, С.: 212). Посредством визуализации проще всего вызвать

необходимый ассоциативный ряд. С развитием технологий, человечество всё больше окружает себя средствами связи, соответственно возрастает возможность воздействовать. Коммуникация – это процесс обмена информацией, т.е. предполагается обратная связь на полученную информацию, соответственно именно реакция аудитории будет свидетельствовать о том, достигнута цель или нет. Посредством рекламы, кинематографа, политических образов формируются представления о социальных, властных, этнических и других отношениях. Мы думаем, говорим, выглядим и воспринимаем информацию так, как это удобно и необходимо власти держащим. Для ученых открываются возможности изучения того, как правящие элиты используют визуальные коммуникации в качестве инструмента для разжигания и политизации общественных чувств. Визуальные коммуникации играют огромную роль в имидже субъектов политики. Во время выборов на электорат воздействуют с помощью телевидения, плакатов, брошюр. Создается личный имидж кандидата, который, привлекая внимание к себе, отвлекает граждан от политических программ. Маркетинг, реклама, пиар и политика становятся единым целым, это мощнейший аппарат манипуляции.

В заключение, следует сказать, что поскольку задачей субъектов политической коммуникации является создание образа, посредством которого осуществляется влияние на сознание людей, то основная цель коммуникативных технологий заключается в том, чтобы оказать символическое силовое воздействие на то, каким образом человек воспринимает изображение, как сформирован его зрительский взгляд. Иными словами, при помощи коммуникативных технологий визуальные понятия «изображения» и «взгляда» помещаются в более широкий контекст властных отношений.

Литература

1. Колосов А.В. Визуальные коммуникации в социально-политических процессах // Вестник Российского университета дружбы народов. – Серия: Политология. – 2006. – № 1 (6).
2. Мухаев Р.Т. Политология. Конспект лекций/М.: 2013.
3. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. Психологические войны/М.: 2001.