

Г. А. Андиржанова*, Э. Б. Иставлетова

Университет Нархоз, Алматы, Казахстан
(E-mail: andirzhan@mail.ru; istavletova.a.b@gmail.com)

Место и роль средств массовой информации в политике

Современные средства массовой информации (СМИ) играют важную роль в политике — от обзора крупных политических событий до воздействия на предвыборную кампанию. Они имеют влияние на жизнь любого человека, предоставляя необходимую информацию, возможности для саморазвития и развлечения. Мы живем в обществе, которое зависит от информации и общения. СМИ могут потенциально влиять на мнение и поведение людей, их взаимоотношения и отношение ко многим вопросам. Целью данной статьи является выявление характера и степени влияния СМИ на формирование политики и всего мирового политического процесса. В статье рассмотрена эволюция СМИ и концептуальные подходы к их изучению; раскрыта их политико-идеологическая ориентация; проанализированы понятия «цензура», «пропаганда» и «информационная война»; с помощью SWOT-анализа были выявлены сильные и слабые стороны деятельности СМИ, их возможности и потенциальные угрозы; определен положительный и отрицательный характер воздействия СМИ; определены роль и перспективы их развития в политическом процессе. Научная новизна работы заключается в том, что данная статья является попыткой комплексного анализа места и роли СМИ в контексте формирования и осуществления политики. Авторы пришли к выводу, что в настоящее время формируется информационное пространство в глобальном масштабе, в связи с чем роль СМИ неимоверно возросла: они стали главным каналом передачи информации, который может, в конечном итоге, повлиять как на общественное мнение, так и на политику в целом.

Ключевые слова: средства массовой информации, мировая политика, международные отношения, пропаганда, цензура, информационная война, правительство, общество.

Введение

В настоящее время средства массовой информации могут играть положительную роль, к примеру, в просветлении или обучении аудитории, но также их можно использовать в качестве орудия для пропаганды, насаждения идеологии и политических идей. С развитием технологий начали разворачиваться информационные войны и получил развитие кибертерроризм. Благодаря научно-техническим открытиям, информация передается за секунды, а сам пользователь любого гаджета может стать создателем и распространителем информации. Человечество стоит на пороге создания информационного общества, в котором СМИ отдается далеко не второстепенная роль.

Актуальность темы обусловлена необходимостью анализа особенностей воздействия СМИ на формирование и реализацию политики и определению роли СМИ и перспектив их развития в мировом политическом процессе. Так как сегодня формируется информационное пространство в глобальном масштабе, то роль СМИ неимоверно возросла, они стали главным каналом передачи информации, который может, в конечном итоге, повлиять как на общественное мнение, так и на политику, в целом.

Таким образом, актуальность темы данного исследования определяется следующими причинами:

1. Усложнилась сама система средств массовой информации.
2. Повысилась эффективность воздействия СМИ на мнение всего общества.
3. Возникла необходимость теоретически обосновать и проанализировать современный процесс развития политики посредством СМИ.

Проблема исследования заключается в том, что, несмотря на то, что на сегодняшний день изучению СМИ посвящено большое количество работ отечественных и зарубежных авторов, важности роли СМИ в политическом процессе уделено достаточно мало внимания.

Объектом исследования выступают средства массовой информации.

Предметом исследования является процесс формирования места и роли СМИ в политике.

* Автор-корреспондент. E-mail: andirzhan@mail.ru

Целью данного проекта является выявление характера и степени влияния СМИ на формирование политики и всего мирового политического процесса.

Для достижения поставленной цели данного исследования были определены следующие задачи:

1. Охарактеризовать эволюцию средств массовой информации, определить функции и направления их деятельности.
2. Описать концептуальные подходы к изучению СМИ в политике.
3. Раскрыть политико-идеологическую ориентацию СМИ в мировом информационном пространстве.
4. Проанализировать понятия «цензура», «пропаганда» и «информационная война».
5. Проанализировать роль СМИ и перспективы их развития в политическом процессе.

В работе рассмотрены эволюция средств массовой информации, функции и направления их деятельности; концептуальные подходы к изучению СМИ; их политико-идеологическая ориентация; роль и перспективы их развития в политическом процессе.

Методы и материалы

Методологической и теоретической основой исследования послужили труды отечественных и зарубежных авторов по изучению СМИ. В работе использовали также такие практические методы, как непосредственное наблюдение, экспертные оценки, контент-анализ, ивент-анализ, метод стратегического менеджмента (SWOT-анализ).

Результаты и их обсуждение

На сегодняшний день сложившуюся мировую политическую систему называют «многополярной». Действительно, современные международные отношения — это совокупность связей в области политики, экономики, культуры, права и социальной жизни, которые формируются между различными субъектами глобального сообщества. На роль акторов мировой политики сегодня претендуют не только государства и международные организации, но и многие негосударственные институты, в том числе и ТНК. По мнению М.М. Лебедевой, новыми субъектами международных отношений также становятся средства массовой информации (СМИ), целевая аудитория которых разбросана по всему миру. СМИ имеют возможность воздействовать на политику государства и формировать общественное мнение, путем отбора и предоставления необходимой информации [1; 86].

Эволюция средств массовой информации тесно связана с развитием средств массовой коммуникации (СМК). Понятие «массовая коммуникация» было введено в США в 1930-х гг. в целях обобщения деятельности печатной прессы, когда в СССР данное понятие получило огласку лишь в 1960-х гг. В обиход советского народа заимствованный с французского языка термин «средство массовой информации» стали внедрять в 1970-х гг. [2; 10]. Несмотря на то, что во Франции настоящее понятие стало анархизмом, на постсоветском пространстве оно продолжает существовать и сегодня. В чем же отличие этих понятий? Можно ли считать их разграничение ошибкой советских исследователей? На наш взгляд — нет. СМК имеет более обширное определение, нежели СМИ. К массовой коммуникации относят не только прессу, радио, телевидение и Интернет, но и школу, театр, кино, телефон, а также аудио- и видеозаписи, рекламную афишу и мн. др. Исходя из того, что коммуникация, ко всему прочему, это еще путь сообщения и линии связи, к СМК также относятся наземные, подземные, воздушные и водные коммуникации, то есть железные дороги, метро, авиалинии и т.п. СМИ, в свою очередь, выполняют функции сбора, анализа, хранения и передачи актуальной информации с помощью средств периодического распространения данных. Следовательно, СМИ стоит рассматривать как составляющее СМК, а вовсе не тождество.

Испокон веков существование человечества связано с потребностью в передаче информации, которая по мере развития человека постоянно увеличивалась в объеме. Рассмотрим эволюцию способов её передачи и хранения:

1. Язык. Первобытный человек нуждался в передаче информации сначала путем языка жестов, затем языка как средства общения. Нужда в распространении информации росла, появлялись гонцы и глашатаи, которые могли доставлять сообщения в самые дальние пункты назначения. Ораторы имели возможность воздействовать на целую аудиторию, но, за отсутствием технических средств, они не могли похвастаться большим количеством слушателей. С появлением первых телеграфов, телефонов и других средств связи, аудитория и объем информации значительно увеличились.

II. Разделение труда. Охота, земледелие, скотоводство, ремесла и прочие виды деятельности человека повлияли на возникновение потребности в товарообмене. На сегодняшний день насчитывается тысячи востребованных профессий. Специалисты производят всевозможную продукцию: товары, услуги, интеллектуальная собственность, которые являются частью всемирного обмена. Все это повлияло не только на количество информации, но и на повышение потребности в ее передаче.

III. Письменность. Информация, которая записывается в виде знаков, появилась ещё в давние времена. Это происходило по всему земному шару и осуществлялось в различных формах: иероглифы, знаковое письмо, алфавит. Для хранения и передачи информации использовались разнообразные носители: камень, металл, папирус, пергамент, дощечки и т.д. К сожалению, сообщения, передаваемые подобным способом, были малы по объёму.

IV. Научно-технический прогресс. Открытия в области науки и техники повлияли на сбор, хранение и передачу информации. В Китае во II в. н.э. была изобретена бумага — носитель информации. В XI–XII вв. она появилась и в Европе, тем самым заменив животный пергамент. Настоящая революция произошла в 1450 г., когда И. Гутенберг изобрел печатный станок, благодаря чему изобретатель стал первым типографом Европы. Вследствие этого открытия появилась периодическая печать [3; 30].

Изобретение телеграфа, телефона, радио позволило увеличить расстояние передачи информации. Появление фотоаппарата в XIX в. дало возможность печатной прессе сделать свои издания более информативными. С тех пор наука развивалась семимильными шагами. Сегодня, в XXI в., мы имеем различные инструменты передачи информации от персональных компьютеров до сотовых телефонов. Благодаря появлению Интернета актуальная информация распространяется за считанные секунды. Эти и многие другие достижения науки стали основой для создания информационного общества.

V. Грамотность. Отсутствие образованности у населения никак не повышает спроса на печатные издания. К примеру, на Руси, где большинство населения были крепостными крестьянами, интерес к газетам отсутствовал. Лишь образованное дворянство способствовало развитию и распространению журналов. Отмена крепостного права и открытие церковно-приходских школ во второй половине XIX в. дали народу возможность обучиться грамоте.

VI. Экономика. Начиная с XV в., в Венеции информационные листы с торговыми новостями или сообщениями с других городов продавались за одну итальянскую монету «газетту». Это один из примеров того, когда информацию начали использовать в качестве товара. С увеличением покупательской способности людей выпуск печатных изданий становится настоящим бизнесом. На сегодняшний день СМИ в экономических целях используют не только предприниматели, но и государства.

VII. Политика. Именно она стала основной причиной появления и развития журналистики в качестве инструмента борьбы за власть. Многие газеты в Европе печатались в целях донести до людей политические мотивы действий государства, а порой и вовсе дезинформировать народ. К примеру, газета «Ведомости», по указу Петра Великого выпущенная в 1702 г., потребовалась, чтобы донести цели Северной войны (1700–1721 гг.) со шведами.

Сегодня политика является главным фактором в установлении целей и задач СМИ, предмета их деятельности и даже объёма и инструмента влияния на аудиторию.

VIII. Идеология. Идеологическая ценность СМИ настолько велика, преимущественно в формировании общественного мнения, что средства массовой информации становятся сильнейшим орудием власти и капитала.

Тем самым СМИ являются неотъемлемой частью развития человеческого сообщества. Они затронули все сферы жизни социума, но самое активное применение средств массовой информации наблюдается в политике.

В настоящее время СМИ размывают государственные границы и исполняют роль актора международных отношений. RT, CNN, Euronews, BBC, Al-Jazeera выступают не только в качестве средства влияния стран их базирования, но и оказывают значимое воздействие на мировоззрение общества, национальную и мировую политику. К функциям СМИ в мировой политике можно отнести:

- информирование общества;
- манипулирование и воздействие на людей (создание стереотипов, насаждение идеологии, влияние на сознание, формирование облика «врага» в лице иного государства или этноса, психологическое давление на целевую аудиторию);

- социально-культурное развитие населения (внедрение этнокультурных норм поведения, образование национальной общности);
- абстрагирование внимания людей от кризисных явлений во внешней или внутренней политике путем развлечения аудитории. В целях снижения социальной напряженности во время политической нестабильности применяется формула «хлеба и зрелищ», которая актуальна по сей день;
- поддержка и координирование взаимоотношений институтов власти и общества;
- привлечение населения для разрешения социально значимых вопросов;
- прогноз и предсказание возможных действий властей, а также их инициирование и корректировка.

Таким образом, можно выделить три ключевых направления деятельности СМИ в мировой политике:

1. СМИ как государственный институт политического влияния. С их помощью реализуется пропаганда идеологии, насаждение ценностей, формирование общественного мнения в угоду политике государства и т.п.

2. СМИ как «голос народа». Одной из задач средств массовой информации является отражение общественного мнения в отношении политических действий властей. Причем, их точка зрения может кардинально отличаться от правительственной. Влияние СМИ на принятие политических решений имеет свои названия — «эффект CNN» и «эффект Аль-Джазира». Первый термин используется в отношении традиционных средств передачи информации (новостные телеканалы), второй же относится к более новым инструментам — социальные сети, блоги журналистов, возникших с появлением сети Интернет.

3. СМИ как «корпорация влияния». Рядовой гражданин привык получать информацию от СМИ, руководствуясь собственными методами отбора новостей. Тем не менее многие телеканалы, радио и Интернет-сайты функционируют в угоду интересам медиакратов.

Среди множества имеющихся концепций исследования СМИ преобладают учения западных исследователей. В странах Запада не принято разделять понятия СМИ и СМК, поэтому они используют термин «масс-медиа», как сокращение от «media of mass communication». Ниже будут рассмотрены теории американских и британских ученых, которые прошли испытание временем и приобрели звание классических.

Первая попытка описать фундаментальные теории прессы принадлежит Ф. Сиберту, Т. Питерсону и У. Шрамму. Распределение учений на авторитарную, либертарианскую, советскую коммунистическую и теорию социальной ответственности в 1956 г. до сегодняшнего дня является наиболее полной классификацией. В любой статье, которая касается истории журналистики, обязательно ссылаются именно на неё [4; 8].

Важность данных теорий заключается не в том, как точно они описывают ту или иную политическую систему, а в том, насколько верно они указывают на роль, которую играют масс-медиа в различных обществах. Допустим, советскую теорию Ф. Сиберта нельзя считать бесполезной, только лишь потому, что она не соответствует модели функционирования современных российских СМИ.

После распада СССР советская коммунистическая теория потеряла свою актуальность, но, тем не менее, она в определенной степени отражает положение СМИ в Китае, Северной Корее или на Кубе. Оставшиеся три модели (авторитарная, либертарианская, социальная) также имеют непосредственное отношение к политическим идеологиям. Слабость подобного подхода всплывает на поверхность, когда роль политической системы понижается. Еще одним недостатком учения является пренебрежение ключевым участником обмена политической информацией — аудиторией. В своих концепциях социологи рассматривают две стороны: СМИ и правительство.

Слабые стороны типологии «четырёх теорий», которые исключили различия между разными системами СМИ, стали явными к концу 1960-х гг. В эти годы Э. Роджерс и ряд других исследователей начали изучать систему массовой коммуникации стран «третьего мира». Вследствие чего, в докладе Международной комиссии по изучению проблем информации ЮНЕСКО «Много голосов — один мир» была представлена модель системы масс-медиа в развивающихся странах [5].

Еще одним камнем в огороде «четырёх теорий» является отсутствие гибкости у концепции. Ф. Сиберт рассматривает страны, где СМИ находятся под правительственным контролем, поэтому классификация требует модернизации под современные реалии. В связи с этим Д. Маккуэйл предложил еще две теории — для медиа периода развития и демократического участия [4].

Авторитарная теория описывает деятельность СМИ в государствах, где они находятся под контролем правительства и подчиняются их интересам. Пресса в данных странах используется как инструмент государственной власти. Характерная черта проявления данной теории — отсутствие независимости журналистов и полное подчинение власти.

Теория свободной прессы, или либертарианская теория, возникла в XVI в. как антипод авторитарной. В XVII в. возник новый вариант данной концепции, когда пресса отошла от правительственного контроля. В общем виде эта теория полагает, что человек имеет право публиковать все, что считает нужным. Тем самым подтверждая такие права, как право на собственное мнение, самовыражение, объединение с другими людьми и вступление в сообщества. Данная теория базируется на основном правиле либерализма — непоколебимости прав и свобод человека.

Свободную прессу часто отождествляют со свободным обществом. При наличии нескольких вариантов освещения одной проблемы аудитория может сама выбрать «правильную» точку зрения. Тем не менее, у свободы коммуникации тоже есть свои ограничения, к примеру, нераспространение клеветы, ложной рекламы, непристойных материалов и запрет на использование ненормативной лексики.

Действительно, принцип свободной прессы осуществлялся не так прямолинейно. Если этой «свободой» злоупотребляют так, что это может подорвать конституционный строй государства, угрожать имиджу правительства, то можно ли ее ограничить? Государство не станет мириться с прессой, которая пытается открыть дверь для критики в адрес законно избранного правительства.

В странах, где имеется свобода прессы, разрешили эту проблему весьма простым способом. Пресса отправилась в свободное плавание, но за все последствия своей деятельности она должна отвечать сама перед законом. То есть, если какой-то телеканал распространяет неподтвержденную информацию или вторгается в чью-то личную жизнь, он рискует не только своей репутацией, но и частной собственностью, так как сейчас пресса — это бизнес.

Но теперь встречается другая проблема. Если медиа — это бизнес, то получается, информация превратилась в товар. В этом случае СМИ требуется финансирование, а это уже подразумевает участие чужих интересов. Так чем же влияние медиакратов отличается от контроля правительства? Медиакратия перенесла коммуникацию из политической плоскости в СМИ. Получается, люди, обладающие крупными медиакорпорациями или финансирующие их, имеют в руках сильнейший инструмент политической власти.

Затрагивая тему либертарианской теории, нельзя обойти стороной концепцию «свободного потока информации» США. Её основная идея заключалась в том, что ничто не должно мешать течению информации между странами. Соединенные Штаты уверяют, что настоящая доктрина является почвой для установления мира и формирования международной безопасности. Но не все согласны с подобной формулировкой. К примеру, бывший президент Финляндии Урхо Кекконен назвал свободный поток информации улицей с односторонним и несбалансированным движением. Он также попыток, что либералистская свобода прессы является предлогом, чтобы крупные корпорации утвердили свою гегемонию [6].

В начале XX в., а точнее, после Революции 1917 г., российская система массовой коммуникации была изменена в соответствии с положениями марксизма-ленинизма. Данное событие дало основу для образования советской коммунистической теории. К основным положениям данной концепции можно отнести:

- 1) в связи с тем, что в социалистическом обществе власть принадлежит рабочему классу, СМИ должны находиться под их надзором, а вернее, под контролем Коммунистической партии;
- 2) пресса не должна фокусироваться на политических проблемах, а также освещать то, что выходит за диапазон дозволенного;
- 3) роль средств массовой информации заключается в социализации и мобилизации общества для достижения запланированных социальных и экономических целей, а, в конечном счете, для установления коммунизма;
- 4) пресса должна отражать объективную реальность, что ограничивает личную интерпретацию, которая характерна для либертарианской теории.

В целом, советские медиа должны были следовать правилам профессионального поведения, а также отвечать на желания и потребности общества. Сходства между авторитарной и коммунистической теориями наблюдаются лишь в контроле, а также поддержании общественного строя. В соответствии с советской концепцией, СМИ функционируют в рамках добровольно установленных границ,

обслуживают аудиторию и реагируют на их требования. Как правило, они выражают разное мнение и интересы.

Теория социальной ответственности является компромиссом между мнением сторонников либертарианской теории, с одной стороны, и контроля СМИ — с другой. Своим существованием она обязана «Комиссии по свободе прессы» (1949 г.) США, включающей политиков, ученых и общественных деятелей [7; 292]. Свободной прессе не удалось удовлетворить общество теми благами, которые от нее ожидали. Технологическое развитие СМИ повлияло на то, что не все граждане имели к ним доступ, тем самым изменив стандарты деятельности медиа. Из-за этого разрыва произошло усиление власти более зажиточного класса. В это время возникла острая необходимость в некоей форме общественного контроля по отношению к СМИ.

Социальная теория признает свободу прессы без цензуры, но ее содержание должно быть под надзором общественности. Основные положения этой теории:

- 1) на медиа возложены важные функции, в особенности, касательно демократической политики;
- 2) главным образом, их деятельность должна быть направлена на сферу информации и обеспечение среды для выражения разных мнений;
- 3) независимость СМИ должна взаимодействовать с обязательствами перед обществом;
- 4) в своей деятельности медиа должны опираться на определенные стандарты.

Эта теория является совокупностью разных принципов: личной свободы, свободы СМИ и обязательства медиа перед общественностью. Возможные разногласия касательно этой теории можно преодолеть следующими способами:

1. Формирование общественных независимых организаций координации вещания. Подобное действие значительно укрепит политическую значимость данной концепции.
2. Повышения уровня профессионализма медиа. Тем самым СМИ смогут разработать собственный кодекс и следовать ему.

Репутация социальной теории на Западе колоссально упала. Её считают неосновательной и безрезультатной. Группы меньшинств все еще подвергались дискриминации, а радикальные группировки получали все больше поддержки. Эту проблему не решить предоставлением меньшинству контроля над СМИ. К примеру, в 1972 г. Федеральная комиссия США запросила у местных кабельных компаний предоставление каналов плюралистическим группам, к сожалению, основную цель данное решение не выполнило [4].

Теория для медиа периода развития встает на защиту поддержки СМИ действующего политического режима и их усилий для развития экономического роста страны. В соответствии с данной концепцией медиа должны поддерживать, а не критиковать правительство, пока государство не достигнет установленной стадии политического и экономического развития.

Концепция демократического участия недавно дополнила перечень нормативных теорий. Её трудно сформулировать, так как она еще не стала звеном медиаинститутов, а также некоторые положения теории содержатся в уже перечисленных концепциях. Тем не менее она имеет право на существование.

Данная теория, в основном, касается развитых стран с либеральными взглядами. Основные идеи концепции — отрицание превращения медиа в бизнес и монополию, а также создание централизованных институтов общественного вещания. Последнее поможет СМИ участвовать в процессе социального развития и реализации демократических реформ. Теория демократического участия против монолитных, дорогостоящих и излишне профессиональных медиа, нейтральных или находящихся под контролем государства. Она на стороне многообразия, горизонтальности связей в обществе, взаимодействия всех участников передачи информации, и, конечно же, их заинтересованность.

Таким образом, средства массовой информации эволюционировали вместе с человечеством. На сегодняшний день они активно используются как инструмент во внутренней и внешней политике. СМИ выполняют и положительные функции, к примеру, информирование и просвещение общества, и отрицательные — дезинформация, отвлечение от реальных проблем, пропаганда, насаждение идеологии. Они могут находиться под влиянием власти имущих, а также доносить желание народа до «верхушки». Функции и направления деятельности СМИ настолько разнообразны и действенны, что их роль никак нельзя назвать неприметной в современных реалиях.

Политическая цензура имеет место быть в тех случаях, когда государство пытается скрыть, подделать, исказить или фальсифицировать информацию, подавляя или вытесняя политические новости не в угоду правительству. При отсутствии нейтральной и объективной информации людям ничего не

остаётся, кроме как согласиться с правительством или политической партией. Этот термин также распространяется на систематическое подавление мнения, противоречащего взглядам правительства. Власти имеют силу, способную обеспечить соблюдение журналистами их воли.

Власть, как стержень или мотив появления и развития цензуры, обеспечивает осуществление ее основных функций:

- контроль (систематический мониторинг, оценка, сортировка и отбор информации согласно принятым стандартам);
- установление правил, критериев и порядка обращения информации с помощью различных рекомендаций, указов, запретов, замечаний и прочих документов;
- охрана (содержание в тайне государственных, военных и иных секретов);
- манипуляция (влияние на восприятие действительности и принятие решений);
- профилактика (предупреждение конфликтов);
- санкции (обеспечение прохождения в социальное пространство релевантной информации);
- создание эталонов в социокультурном плане (к примеру, образцов произведений искусства, художественных направлений и стилей, научных теорий и т.д.);
- стимуляции общественного интереса [7].

К примеру, в СССР цензура носила идеологический характер. Политическая цензура включала в себя всевозможные формы и методы политического контроля — вместе с прямыми методами (запрет на публикацию, цензорское вмешательство, отклонение работ) применялись различные косвенные методы, имеющие отношение к кадровой и издательской политике, а также гонорарам [8; 8].

Функции цензуры выполняли специальные государственные ведомства. К примеру, Главлит контролировал печатную продукцию, Госкино цензурировал кинофильмы, а Гостелерадио телевидение и радио. Также широко была распространена и самоцензура, когда сами журналисты решают не публиковать какой-либо материал, так как его запрещено публично демонстрировать.

В XXI в. цензура присутствует и в демократических странах. Даже те СМИ, которые ныне являются частной собственностью, придерживаются определенных рамок, так как их основная аудитория — общество. Каждое сообщество имеет свои устои, культуру, и именно люди порождают спрос на ту или иную информацию. СМИ должны соблюдать границы, установленные законом и обществом, дабы сохранить свою репутацию и бизнес. Средства массовой информации, находящиеся под правительственным контролем, имеют большую ответственность, так как на их плечах лежит имидж государства и действующей власти.

Встревает вопрос: «Какая же роль у цензуры в СМИ?» Можно выявить две главных группы задач, выполняемых государством при внедрении цензуры на передаваемую информацию. Первая группа определяет политику сдерживания распространения информации в манипулятивных целях, куда можно отнести:

- ввод ограничений на обсуждение в СМИ тем, «проигранных» для государства;
- запрет на монополизацию информационного поля, иначе говоря, освещение только государственной точки зрения;
- предоставление аудитории неполных данных, что отягощает их выбор и формирование собственного мнения и т.п.

Во второй группе делается на акцент на положительных составляющих отношений «правительство—СМИ—общество», которые включают:

- сохранение преимущества мнения социума над частным;
- создание общественного консенсуса и предотвращение конфликтных ситуаций;
- недопущение использования медиа как инструмента манипулирования общественным сознанием;
- поддержка политической стабильности, устранение несанкционированных действий, протестов и т.п.

Отрицательным примером отсутствия цензуры может послужить медиа Дании, где публикация карикатур на пророка Мухаммеда привела к межцивилизационному конфликту. Предоставление разносторонней информации затрудняет аудитории выбор более важных тем и достоверного освещения политических событий, препятствует формированию политической позиции. Происходит перенасыщение политического пространства большим количеством информации, которое может привести к политико-информационной апатии.

Пропаганда и цензура в самых явных проявлениях формируют целое информационное пространство. В более «мягких» формах они присутствуют даже в демократических государствах, так как правительство всегда усиливает свои коммуникации, дабы его услышало все население.

Определение термина «пропаганда» имеет множество вариаций, но многие сходятся на том, что «пропаганда — это предвзятая и вводящая в заблуждение информация, которая используется для продвижения определенной политической идеи или точки зрения». В настоящее время СМИ являются основным каналом для проведения пропагандистской деятельности.

Современная пропаганда использует различные средства массовой информации: пресса, радио, телевидение, кино, компьютеры, факс, плакаты, агитация от двери к двери, листовки, рекламные щиты, выступления, флаги, названия улиц, памятники, монеты, марки, книги, пьесы, комиксы, поэзия, музыка, спортивные события, культурные мероприятия, отчеты компаний, библиотеки и т.п.

На протяжении истории пропаганда проявлялась во время борьбы за независимость, революций и, в особенности, во время войн. В военное время пропаганда требуется для формирования общественного мнения, чтобы привлечь больше союзников на международном уровне, а также призвать граждан вносить свой вклад в «общее дело». Она используется для создания ненависти к предполагаемому врагу, внутреннему или внешнему, путем создания ложного образа в сознании солдат и граждан. Пропагандистская деятельность в военное время заставляет народ почувствовать, что мотивы врага абсолютно беспочвенны, что может быть фиктивным или основано на фактах (например, потопление пассажирского лайнера Lusitania немецким флотом в Первую мировую войну настроило западный мир против Германии). Свое же население должно быть уверено, что причина их страны в войне вполне основательна.

Пропаганда имеет много хитрых путей. К примеру, дезинформация о собственной истории или об истории зарубежных стран может допускаться в системе образования. Поскольку практически все люди доверяют тому, что учат в школе, подобная дезинформация будет повторяться и в будущем уже как общепризнанный факт. Данные искажения будут распространяться через СМИ и присутствовать в образовательной системе, даже не требуя ссылки на авторитетный источник. Теперь правительству не придется вмешиваться в этот вопрос, так как он уже укоренился в сознании общества. Это довольно коварный, но действенный способ.

Предвыборные кампании также используют методику пропаганды. Она может начинаться с простой рекламы или брошюр (к примеру, сброшенных с самолета, для привлечения внимания). Как правило, эти сообщения будут содержать указания о том, как получить дополнительную информацию, через веб-сайт, горячую линию, радиопрограмму и т. п. Данной стратегией инициатор кампании пытается из получателя информации сформировать человека, ищущего информацию. Тем самым, пропаганда не становится явной, ведь человек по собственному желанию решил получить дополнительную информацию. Затем начинается настоящая борьба между кандидатами. В этих целях используются различные СМИ, дабы охватить все возрастные категории граждан.

В XXI в. привычная форма ведения войны, в которой задействованы вооруженные силы противников устаревают. Вместо этого государства все чаще начинают атаки против информационных систем противника, что приводит к информационной войне.

Информационная война представляет собой концепцию использования боевого пространства и управления ИКТ (информационно-коммуникационными технологиями) в целях достижения конкурентного преимущества над соперником. Формы информационной войны могут быть следующими:

- захват телевидения, Интернет-сетей и радиопередач для кампании дезинформации;
- отключение или подделка коммуникационных сетей противника;
- использование дронов и других наблюдательных роботов или веб-камер;
- манипулирование биржевыми операциями с помощью электронного вмешательства, путём утечки конфиденциальной информации или дезинформации.

Существуют две крупные категории мероприятий, относящихся к информационной войне:

1. Влияние на гражданских и военнослужащих врага в целях введения в коллективное сознание каких-либо определенных установок («психологическая война», пропаганда).

2. Поражение процессов обмена информацией и информационных систем врага.

Примером информационной войны может послужить арабо-израильский конфликт. Конфликтующие стороны используют в своих интересах всевозможные информационные ресурсы. Активно используются и хакерские взломы. СМИ Палестины используют различные сфабрикованные видео и

фотографии, благодаря чему получила ироническое название «Палливуд» (Палестина и Голливуд). Некоторые из подобных материалов вызывают широкий общественный резонанс.

Таким образом, в современном мире присутствует и пропаганда, и цензура. Государства винят друг друга в излишней пропаганде на телевидении или в сети Интернет, хотя абсолютно все правительства прибегают к ней. Она может быть абсолютно незаметна, в виде «мягкой силы», человек и не заметит ее влияния. Она может быть и явной, в форме плакатов, лозунгов и социальной рекламы. Но какая пропаганда страшнее? Та, которая незаметно проникает в ваше сознание, или та, которая окружает человека повсюду, что ему попросту невозможно сбежать?

В нашем информационном веке концепция ведения войны терпит изменения. Хакерские кибератаки, шантаж, кража, внедрение ложной информации и другие меры, характерные для ведения информационной войны, могут значительно подорвать силы врага или же разгромить его без шансов на реабилитацию.

Несомненно, цензура и пропаганда присутствовали на всех этапах истории, особенно ярко проявляя себя во время революций и войн. В некоторых случаях пропаганда дезинформирует общество, но в других она пытается сплотить общество во имя единой цели. Цензура, с одной стороны, лишает СМИ свободы слова, но с другой — предотвращает конфликтные ситуации и иные проблемные вопросы.

Глобализация и информатизация превратили нас в свидетелей того, как индустриальное общество сменяется на информационное, которое модернизирует мировую политику, экономику, характер межгосударственных отношений, взаимосвязь власти и народа. Государство в процессе становления информационного общества берет на себя роль координатора функций всех элементов социума, дабы способствовать интеграции в информационное пространство каждого субъекта общества.

Развитие информационных технологий и их внедрение в различные сферы жизнедеятельности можно с уверенностью назвать благом, которое дает толчок экономическому росту, а также повышает благосостояние общества. Тем не менее следует помнить об отрицательных последствиях, к которым могут привести научные достижения.

Средства массовой информации занимают важное место в обществе. По этой причине должны быть разработаны внутринациональные и глобальные инструменты, которые гарантируют препятствие использованию свободы слова, а также внедрению новых технологий в сфере информации и коммуникации для разжигания межнациональной розни, экстремизма, терроризма, развития ксенофобии и других антиобщественных явлений. СМИ должны стать механизмом предупреждения и разрешения кризисов.

Равновесие интересов государства и СМИ — признак стабильности демократических институтов, зрелости социума, соблюдения прав и свобод человека.

Благодаря той мощи и влиянию, которыми ныне обладают СМИ, их по праву можно назвать «четвертой ветвью власти». Но у каждой власти есть свои сильные и слабые стороны, а также возможности и потенциальные угрозы, что и рассмотрено в таблице ниже по методике SWOT-анализа.

Т а б л и ц а

SWOT-анализ деятельности СМИ

Сильные стороны	Слабые стороны
1) информирование общества; 2) социально-культурное развитие; 3) поддержка и координирование взаимоотношений власти и общества; 4) привлечение населения для разрешения социально значимых вопросов; 5) построение положительного имиджа	1) подверженность цензуре; 2) действие в чужих интересах (правительство, медиакраты); 3) цифровые СМИ подвергаются хакерским атакам; 4) СМИ — орудие политического влияния
Возможности	Угрозы
1) просвещение общества; 2) связь власти и общества; 3) разносторонность мнений	1) насаждение идеологии, веры и ценностей; 2) развитие кибертерроризма; 3) развязывание информационных войн; 4) разжигание межнациональной розни; 5) развитие ксенофобии, экстремизма и других антиобщественных явлений

СМИ должны стать настоящим инструментом взаимоотношений власти и общества. До народа должна доходить информация от правительства, и власть должна прислушиваться к обществу. На масс-медиа возложена огромная ответственность. Они должны не только развлекать и информировать аудиторию, но также и просвещать, делая акцент на научно-просветительскую деятельность. Ведь именно общество, народ, оказывают воздействие на все процессы жизнедеятельности государства.

Таким образом, СМИ представляют собой орудие, которое в умелых руках является инструментом культурного просвещения, построения имиджа, информирования общества, и мостом между народом и властью. В руках людей, которыми движут корыстные цели, СМИ представляют собой страшное оружие, которое грозит нам информационной войной, кибертерроризмом, созданием различных антиобщественных явлений, а также насаждением идеологии и чужого мнения.

На сегодняшний день информация является инструментом формирования государственного и международного общественного мнения. Уровень воздействия средств массовой информации в политическом пространстве расширяется, благодаря Интернету, который предоставляет возможность всесторонне влиять на мировую общественность, которая включает обширную аудиторию разных государств в решении актуальных политических проблем. Несмотря на все сильные стороны и возможности, информационное пространство остается областью, которая несет в себе потенциальные угрозы миру и безопасности.

Заключение

Исследование роли и места СМИ в мировой политике и полученные при этом результаты позволяют сделать следующие выводы:

1. Охарактеризована эволюция СМИ, которая прошла долгий путь от зарождения человечества до нынешних времен. Речь, разделение труда, письменность, научно-технический прогресс, грамотность, экономика, политика и идеология — всё это повлияло на становление средств массовой информации.

2. Были изучены и описаны основные концепции и теории о роли СМИ в политике. Ф. Сиберт, Т. Питерсон и У. Шрамм распределили учения на авторитарную, либертарианскую, советскую коммунистическую и теорию социальной ответственности. Хотя их теории не раз подвергались критике, их с уверенностью можно назвать классическими и обязательными к изучению. Предложенные Д. Маккуэйлом две теории — для медиа периода развития и демократического участия выступают как ответ на отсутствие гибкости «четырёх теорий». Данные концепции вполне соответствуют современным реалиям.

3. Раскрыта политико-идеологическая ориентация средств массовой информации в мировом информационном пространстве. Именно политика стала причиной появления и развития СМИ в качестве инструмента борьбы за власть. С их помощью формируется общественное мнение, насаждение идеологии, ценностей и политических идей.

4. Проанализированы понятия «цензура», «пропаганда» и «информационная война». Они присутствуют и функционируют даже в самых либеральных странах мира. Порой данные термины ассоциируются с негативными явлениями, но без цензуры в СМИ государствам не избежать конфликтных ситуаций. Пропаганда же пронизывает абсолютно все — от листовок до детских мультипликационных фильмов. Даже сознательному и образованному человеку трудно понять, подвержен ли он этому явлению.

5. С помощью SWOT-анализа были выявлены сильные и слабые стороны деятельности СМИ, а также их возможности и угрозы. Сильные стороны заключаются в их роли информатора и просветителя, слабые — подверженности СМИ влиянию власти имущих. Главными угрозами являются информационная война, насаждение идеологии, разжигание конфликтов, развитие кибертерроризма, ксенофобии, а также иных антиобщественных явлений. Основными возможностями средств массовой информации можно назвать установление связи между обществом и властью, равно как и просветительские аудитории. Сообщения от правительства всегда должны быть услышаны, так же, как и голос народа. Само же общество должно уметь анализировать получаемую информацию, умело оценивать ее и не подвергаться дезинформации.

Можно выделить три основных направления деятельности средств массовой информации в политике:

1. «СМИ и государство». Благодаря им осуществляется пропаганда идеологии, насаждение культурных ценностей, шаблонов поведения, образа мышления, формирование общественного мнения в угоду государственной политике и т.п.

2. «Медиа и общество». Одна из функций средств массовой информации — высказывание общественного мнения в адрес действий властей. Даже при том, если мнение народа значительно отличается с правительственной точкой зрения. Влияние медиа на решение политических вопросов имеет свои общеизвестные названия — «эффект CNN», а также «эффект Аль-Джазира». Первый термин имеет отношение к традиционным СМИ (новостные телеканалы), второй — к более современным, таким как социальные сети, блоги, которые возникли с появлением всемирной сети Интернет.

3. «Средства массовой информации и крупные медиакорпорации». Любому человеку привык получать интересующие его новости от СМИ, руководствуясь своими методами отбора информации. Несмотря на это, многие телеканалы, радио и Интернет-сайты функционируют в угоду интересам медиакратов. Как правило, это состоятельные люди, которые финансируют медиакорпорации. Тогда кто мешает бизнесменам влиять на политические процессы путем дезинформации или же, наоборот, информирования общества о важных политических событиях? По сути, они также могут косвенно участвовать в национальной или даже мировой политике, имея в руках такой сильный инструмент, как СМИ.

Влиять на политику посредством СМИ могут не только государства, общество и сами медиакорпорации, но и враждебно настроенные страны, террористы, и многие другие элементы мирового сообщества, которые имеют преступный умысел.

Можно выделить положительный и отрицательный характер воздействия СМИ на политику. СМИ помогают скоординировать связь между народом и властью, тем самым любой гражданин может стать частью политического процесса, вносит коррективы, делится мнением. С другой, негативной, стороны медиа легко могут стать орудием, того, кто заполучил над ними власть, будь то иное государство или преступная группировка.

В связи с этим роль СМИ в политике заключается в следующем:

- пропаганда политической власти;
- продвижение или осуждение правительственных идей в сфере политики;
- реализация имиджевой политики государства в мире;
- выявление глобальных проблем и методов их разрешения;
- сглаживание конфликтов во внешней политике;
- укрепление или ослабление стабильности государства или политического режима;
- разжигание конфликтов, вражды и войн.

В настоящее время степень влияния СМИ в политике расширяется, дополняясь Интернет-сообществами и социальными сетями, что дает возможность всесторонне воздействовать на мировую общественность, включая широкую аудиторию разных стран в разрешении актуальных проблем политики. Подобное сопряженное воздействие, бесспорно, в силах оказывать существенное воздействие на формирование политики и всего мирового политического процесса.

Данное исследование представляет собой комплексный анализ места и роли СМИ в контексте формирования и осуществления политики, что подтверждает научную новизну работы.

Результаты, полученные в ходе исследования, могут быть использованы в дальнейшем изучении роли СМИ в политике, международных отношениях и дипломатии.

Список литературы

- 1 Лебедева М.М. Мировая политика: учеб. для вузов / М.М. Лебедева. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Аспект Пресс, 2007. — 365 с.
- 2 Терин В.П. Массовая коммуникация (исследование опыта Запада) / В.П. Терин. — М.: Ин-т социол. РАН, 2002. — 145 с.
- 3 Немировский Е.Л. Изобретение Иоганна Гутенберга. Из истории книгопечатания. Технические аспекты / отв. ред. В.И. Васильев. — М.: Наука, 2000. — 659 с.
- 4 Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции / Г.П. Бакулев. — М.: Аспект Пресс, 2005. — 176 с.
- 5 ЮНЕСКО в действии. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://ru.unesco.org/70years/unesco_making
- 6 Larson J.F. Television's window on the world: International affairs coverage on the US network / J.F. Larson. — Ablex Publishing Corporation, 1984. — 195 p.

7 Садчикова А.С. Теоретические основания изучения корреляции между характеристиками информационного пространства и степенью развитости гражданского общества / А.С. Садчикова // Вестн. Саратов. гос. техн. ун-та. — 2009. — Т. 4, № 1. — С. 292–296.

8 Медушевский А.Н. Сталинизм как модель социального конструирования [Электронный ресурс] / А.Н. Медушевский // Вестн. Европы. — 2011. — № 30. — Режим доступа: <https://magazines.gorky.media/vestnik/2011/30/stalinizm-kak-model-obozrenie-izdatelskogo-proekta-rosspen-istoriya-stalinizma.html>

Г.А. Андиржанова, Ә.Б. Иставлетова

Бұқаралық ақпарат құралдарының саясаттағы орны мен рөлі

Заманауи бұқаралық ақпарат құралдары (БАҚ) саясатта маңызды рөл атқарады, яғни ірі саяси оқиғаларды шолудан сайлау алдынауқанға дейін. Олар кез келген адамның өміріне әсер етіп, қажетті ақпаратты, өзін-өзі дамыту және көңіл көтеру мүмкіндіктерін береді. Біз ақпарат пен коммуникацияға тәуелді қоғамда өмір сүріп жатырмыз. Бұқаралық ақпарат құралдары адамдардың пікірі мен мінез-құлқына, олардың қарым-қатынасына және көптеген мәселелерге көзқарасына әсер етуі мүмкін. Мақаланың мақсаты — саясаттың және бүкіләлемдік саяси процестің қалыптасуына бұқаралық ақпарат құралдарының ықпалының сипаты мен дәрежесін анықтау. Сонымен қатар бұқаралық ақпарат құралдарының эволюциясы және оларды зерттеудің тұжырымдамалық тәсілдері қарастырылған; олардың саяси-идеологиялық бағыты ашылған; «цензура», «насихат» және «ақпараттық соғыс» ұғымдарына талдау жасалған; SWOT-талдау көмегімен БАҚ қызметінің күшті және әлсіз жақтары, олардың мүмкіндіктері мен ықтимал қауіптері анықталған; БАҚ әсерінің оң және теріс сипаты айтылған; олардың саяси үдерістегі рөлі мен даму перспективалары айқындалған. Жұмыстың ғылыми жаңалығы — мақаланың саясатты қалыптастыруы мен жүзеге асыру контексіндегі БАҚ-тың орны мен рөлін жан-жақты талдауға талпыныс болғанында. Авторлар ақпарат кеңістігі қазіргі уақытта жаһандық ауқымда қалыптасып жатыр деген қорытындыға келген, соған байланысты бұқаралық ақпарат құралдарының рөлі орасан зор өсті: олар ақпарат таратудың негізгі арнасына айналды, ол сайып келгенде, жалпы саясатқа да, қоғамдық пікірге де әсер етуі мүмкін.

Кілт сөздер: бұқаралық ақпарат құралдары, әлемдік саясат, халықаралық қатынастар, насихат, цензура, ақпараттық соғыс, үкімет, қоғам.

G.A. Andirzhanova, A.B. Istavletova

The place and role of mass media in politics

Mass Media is an important aspect of the life of any person providing the necessary information, opportunities for self-development and entertainment. They can potentially influence people's opinions and behavior, relationships, and attitudes toward many issues. Thus, Mass Media play an important role in politics, from reviewing major political events to influencing an election campaign. The purpose of this article is to identify the nature and extent of the influence of the media on the formation of politics and the entire global political process. The authors of this article consider the evolution of the media and conceptual approaches to study; reveal their political and ideological orientation; analyze the concepts of “censorship”, “propaganda”, and “information warfare”; using the SWOT analysis, identify the strengths and weaknesses of the media activities, as well as their opportunities and potential threats; determine the positive and negative nature of the media's impact and the role and prospects of media's development in the political process. The scientific novelty of the work lies in the fact that this article is an attempt to comprehensively analyze the place and role of the media in the context of policy formation and implementation. The authors conclude that the information space is currently being formed on a global scale, in connection with which the role of the media has increased enormously: they have become the main channel for transmitting information, which can ultimately affect both public opinion and politics in general.

Keywords: mass media, world politics, international relations, propaganda, censorship, information warfare, government, society.

References

- 1 Lebedeva, M.M. (2007). *Mirovaia politika: Uchebnik dlia vuzov* [World Politics: Textbook for Universities]. 2nd ed. amended and supplemented. Moscow: Aspekt Press [in Russian].
- 2 Terin, V.P. (2002). *Massovaia kommunikatsiia (issledovanie opyta Zapada)* [Mass communication (a study of the experience of the West)]. Moscow: Institut sotsiologii Rossiiskoi akademii nauk [in Russian].
- 3 Nemirovskii, E.L. (2000). *Izobretenie Ioganna Gutenberga. Iz istorii knigopечатaniia. Tekhnicheskie aspekty* [Invented by Johannes Gutenberg. From the history of printing. Technical aspects]. Moscow: Nauka [in Russian].

- 4 Bakulev, G.P. (2005). *Massovaia kommunikatsiia: Zapadnye teorii i kontseptsii* [Mass Communication: Western Theories and Concepts]. Moscow: Aspekt Press [in Russian].
- 5 (n.d.). YUNESKO v deistvii [UNESCO in action]. Retrieved from https://ru.unesco.org/70years/unesco_making [in Russian].
- 6 Larson, J. (1984). *Television's window on the world: International affairs coverage on the US network*. Ablex Publishing Corp.
- 7 Sadchikova, A.S. (2009). Teoreticheskie osnovaniia izucheniia korreliatsii mezhdu kharakteristikami informatsionnogo prostranstva i stepeniu razvitosti grazhdanskogo obshchestva [Theoretical grounds for studying the correlation between the characteristics of the information space and the degree of development of civil society]. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta – Bulletin of Saratov State Technical University*, 4, 1, 292–296 [in Russian].
- 8 Medushevskii, A. (2011). Stalinizm kak model sotsialnogo konstruirovaniia [Stalinism as a model of social construction]. *Vestnik Evropy*, 30. Retrieved from <https://magazines.gorky.media/vestnik/2011/30/stalinizm-kak-model-obozrenie-izdatelskogo-proekta-rosspen-istoriya-stalinizma.html> [in Russian].