

Средства массовой информации в политической системе

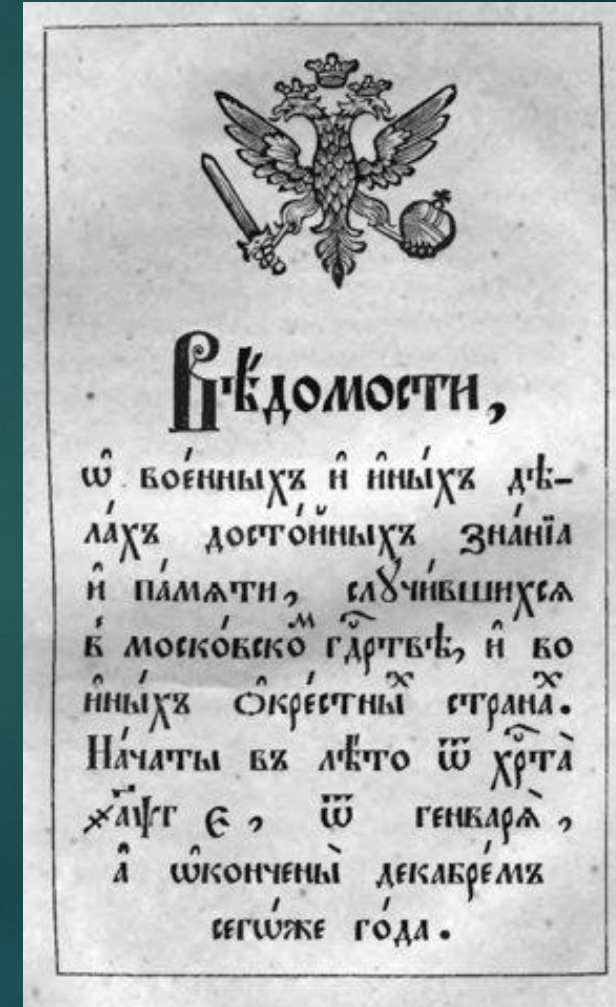
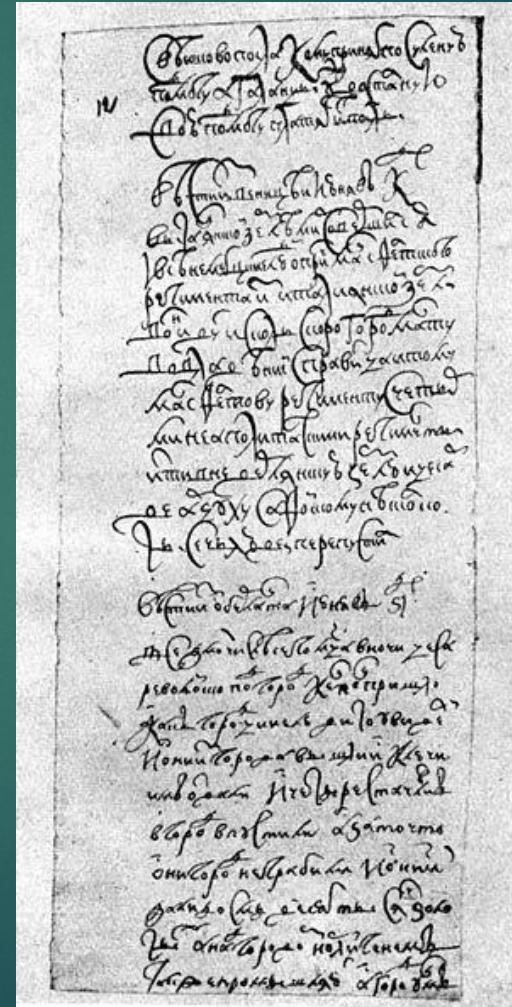
Средства массовой информации – это организации, основными целями деятельности которых являются сбор, обработка и открытая публичная передача различной информации для широких слоев населения с помощью специальных технических средств.

Виды:

- ▶ Печатные издания (пресса) – газеты, журналы, альманахи, бюллетени и др.
- ▶ Электронные СМИ – телевидение, радио, интернет

Слева: «Вести-Куранты» – первая русская рукописная газета (1621-1701)

Справа: «Ведомости» – первая русская печатная газета (1702-1917)



Признаки СМИ:

- ▶ Сбор, обработка и представление информации с помощью специальных технических средств;
- ▶ Работа носит периодический или постоянный характер;
- ▶ Неограниченный круг потребителей;
- ▶ Движение основного информационного потока от СМИ к потребителю;
- ▶ Непостоянный состав аудитории, которая образуется от случая к случаю.



Общие принципы СМИ:

1. Приоритетность и привлекательность темы для граждан.
2. Сенсационность, выход за рамки повседневности.
3. Сообщения о чем-то новом.
4. Данные об успехах и неудачах в жизни конкретных лиц, свидетельствующие об их популярности.
5. Информация от лиц, имеющих высокий социальный статус (политики, общественные деятели).



Появление СМИ вызвало революцию в политике:

- ▶ Прямое общение политических лидеров с населением делает ненужным участие в этом процессе партий, которые начинают терять свои позиции
- ▶ Население и политическая элита участвуют в политике вне зависимости от местонахождения
- ▶ Возможно всепроникающее воздействие власти на все сферы жизни общества, создание социально-политических мифов, массовое манипулирование общественным сознанием



Функции СМИ:

- ▶ **Информационная** – удовлетворение потребности населения в информации
- ▶ **Формирование общественного мнения** – рассказ о событиях сопровождается оценками и комментариями, которые влияют на восприятие происходящего населением
- ▶ **Образование и социализация граждан** – представление населению сведений, которые влияют на его мировоззрение, понимание сути политики



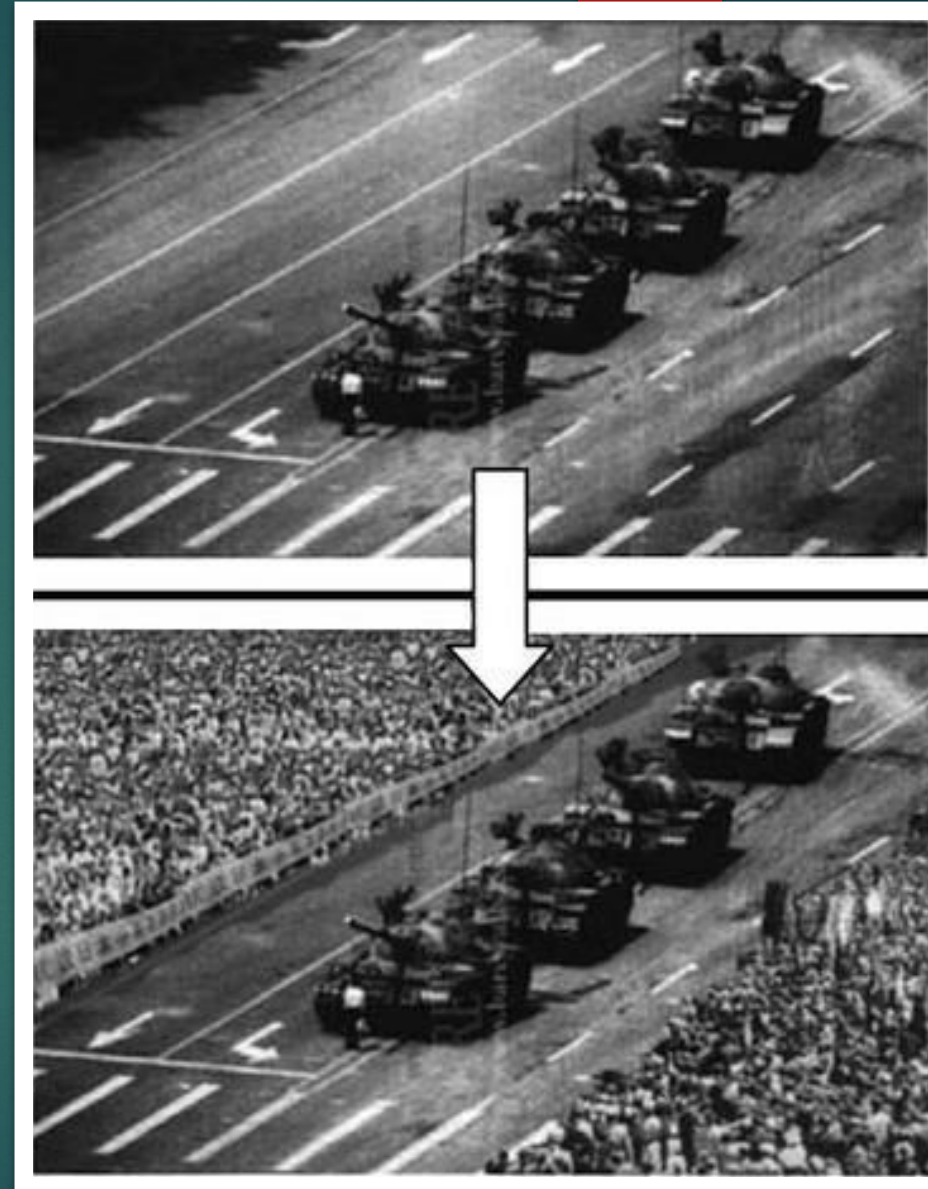
Функции СМИ:

- ▶ **Осуществление общественного контроля за деятельностью власти** – население получает информацию о всех позитивных и негативных действиях власти, что влияет и на действия самой власти
- ▶ **Выражение общественных интересов** – выявление актуальных проблем, формулирование интересов различных слоев населения
- ▶ **Объединение граждан** – мобилизация граждан на единые действия



Манипуляция общественным сознанием в СМИ:

- ▶ Именно СМИ определяют, какую информацию предоставлять населению (**направление информационного потока в определенную сторону, замалчивание тем, неудобных власти**) → население не может узнать правду о событиях, происходящих далеко от него или во власти
- ▶ **Темы, неудобные власти, могут подаваться фрагментарно или в искаженном виде** → неадекватное восприятие ситуации населением



Пример: Разгон демонстрации на площади Тяньаньмэнь в Китае (1989) в реальности и в западной прессе

Манипуляция общественным сознанием:

- ▶ **Наклеивание ярлыков** («террорист», «фашист», «преступник», «демогог»), что оказывает сильное воздействие на людей с неразвитым критическим мышлением
- ▶ **Создание социальных мифов** (несоответствующих действительности иллюзорных идей о ситуации в стране и мире), которые воспринимаются населением на веру, без критического осмысления.



Пример: Манипуляция общественным мнением в ходе операции «Буря в пустыне» (1991). Отредактированный фрагмент кадра с иракским пленным, опубликованный советскими (слева) и американскими (справа) СМИ, в центре – оригинал фотографии.

ФЗ «О средствах массовой информации» (1991):

- ▶ **Свобода СМИ** (поиск, получение, распространение информации, учреждение и распространение СМИ), запрет цензуры
- ▶ **Запрет на злоупотребление свободой СМИ**, т.е. ее использование в уголовно наказуемых целях (экстремизм, раскрытие государственной тайны, распространение порнографии, культ насилия)
- ▶ **Регулирует порядок создания СМИ** (регистрация в Федеральном агентстве по печати и массовым коммуникациям).

