Министерство образования Республики Беларусь

БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

# Кафедра политологии, социологии и социального управления

Контрольная работа

по дисциплине «Политология»

# **Тема: Средства массовой информации в политических процессах**

Минск 2009

**СОДЕРЖАНИЕ**

1. Понятие, основные каналы и функции средств массовой информации в современном обществе
2. Особенности политического влияния средств массовой информации

3. Политическое манипулирование и пути его ограничения

Заключение

Список использованных источников

**1. Понятие, основные каналы и функции СМИ в современном обществе**

**Средства массовой информации (СМИ) представляют собой учреждения, созданные для открытой, публичной передачи с помощью специального технического инструментария различных сведений любым лицам.** Их отличительные черты — публичность, т.е. неограниченный и надперсональный круг потребителей; наличие специальных, технических приборов, аппаратуры; непрямое, разделенное в пространстве и во времени взаимодействие коммуникационных партнеров; однонаправленность взаимодействия от коммуникатора к реципиенту, невозможность перемены их ролей; непостоянный, дисперсивный характер их аудитории, которая образуется от случая к случаю в результате общего внимания, проявленного к той или иной передаче или статье .

К СМИ относятся пресса, массовые справочники, радио, телевидение, кино- и звукозапись, видеозапись. В последние десятилетия средства коммуникации претерпевают существенные изменения вследствие распространения спутниковой связи, кабельного радио и телевидения, электронных текстовых коммуникационных систем (видео-, экранных и кабельных текстов), а также индивидуальных средств накопления и печатания информации (кассет, дискет, дисков, принтеров).

СМИ обладают различными возможностями и силой воздействия, которые зависят, прежде всего, от способа их восприятия реципиентами. Наиболее массовое и сильное политическое влияние оказывают аудиовизуальные СМИ и прежде всего радио и телевидение.

Функции СМИ разнообразны. В любом современном обществе они в той или иной форме выполняют ряд общих политических функций. Пожалуй, важнейшей из них является информационная функция. Она состоит в получении и распространении сведений о наиболее важных для граждан и органов власти событиях. Добываемая и передаваемая масс-медиа информация включает не только беспристрастное, фотографическое освещение тех или иных фактов, но и их комментирование и оценку.

Конечно, далеко не все распространяемые СМИ сведения (например прогнозы погоды, развлекательные, спортивные и другие подобные сообщения) носят политический характер. К политической информации относятся те сведения, которые имеют общественную значимость и требуют внимания со стороны государственных органов или оказывают на них воздействие. На основе получаемой информации у граждан формируется мнение о деятельности правительства, парламента, партий и других политических институтов, об экономической, культурной и иной жизни общества. Особенно велика роль СМИ в формировании мнения людей по вопросам, не находящим непосредственного отражения в их повседневном опыте, например о других странах, о политических лидерах и т.п.

Информационная деятельность СМИ позволяет людям адекватно судить о политических событиях и процессах лишь в том случае, если она выполняет и **образовательную** функцию. Эта функция проявляется в сообщении гражданам знаний, позволяющих адекватно оценивать и упорядочивать сведения, получаемые из СМИ и других источников, правильно ориентироваться в сложном и противоречивом потоке информации.

Конечно, СМИ не могут обеспечить систематическое и глубокое усвоение политических знаний. Это задача специальных образовательных учреждений — школ, университетов и т.п. И все же масс-медиа, сопровождая человека в течение всей его жизни, в том числе и после завершения учебы, в значительной мере влияют на восприятие им политической и социальной информации. При этом под видом политического образования у людей могут формироваться и псевдо-рациональные структуры сознания, искажающие реальность при ее восприятии.

Образовательная роль СМИ тесно связана с их функцией социализации и по существу перерастает в нее. Однако, если политическое образование предполагает систематическое приобретение знаний и расширяет познавательные и оценочные возможности личности, то политическая социализация означает интернализацию, усвоение человеком политических норм, ценностей и образцов поведения. Она позволяет личности адаптироваться к социальной действительности.

В демократическом обществе важнейшая политико-социализационная задача СМИ — массовое внедрение основанных на уважении закона и прав человека ценностей, обучение граждан мирно разрешать конфликты, не ставя под сомнение общественный консенсус по основополагающим вопросам государственного устройства.

Информационная, образовательная и социализационная деятельность позволяют СМИ выполнять функцию **критики и контроля.** Эту функцию в политической системе осуществляют не только масс-медиа, но и оппозиция, а также специализированные институты прокурорского, судебного и иного контроля. Однако критика СМИ отличается широтой или даже неограниченностью своего объекта. Так, если критика со стороны оппозиции обычно концентрируется на правительстве и поддерживающих его партиях, то объектом внимания масс-медиа являются и президент, и правительство, и королевские особы, и суд, и различные направления государственной политики, и сами СМИ.

Их контрольная функция основывается на авторитете общественного мнения. Хотя СМИ, в отличие от государственных и хозяйственных органов контроля, не могут применять административные или экономические санкции к нарушителям, их контроль часто не менее эффективен и даже более строг, поскольку они дают не только юридическую, но и моральную оценку тем или иным событиям и лицам.

В демократическом обществе в осуществлении контрольной функции СМИ опираются как на общественное мнение, так и на закон. Они проводят собственные журналистские расследования, после публикации результатов которых порою создаются специальные парламентские комиссии, заводятся уголовные дела или принимаются важные политические решения. Контрольная функция СМИ особенно необходима при слабой оппозиции и несовершенстве специальных государственных институтов контроля.

СМИ не только критикуют недостатки в политике и обществе, но и выполняют конструктивную функцию **артикуляции различных общественных интересов, конституирования и интеграции политических субъектов.** Они обеспечивают представителям различных общественных групп возможность публично выражать свое мнение, находить и объединять единомышленников, сплачивать их общностью целей и убеждений, четко формулировать и представлять в общественном мнении свои интересы.

Артикуляция политических интересов осуществляется в обществе не только СМИ, но и другими институтами, и прежде всего партиями и группами интересов, обладающими не только информационными, но и другими ресурсами политического влияния. Однако без использования СМИ и они обычно не в состоянии выявить и сплотить своих сторонников, мобилизовать их на единые действия.

В современном мире доступ к СМИ — необходимое условие формирования влиятельной оппозиции. Не имея такого доступа, оппозиционные силы обречены на изоляцию и неспособны получить массовую поддержку, особенно при политике их компрометации со стороны государственных радио и телевидения. СМИ — это своего рода корни, с помощью которых получает жизненные силы любая политическая организация.

Все рассмотренные выше функции СМИ прямо или косвенно служат осуществлению ими **мобилизационной** функции. Она выражается в побуждении людей к определенным политическим действиям (или сознательному бездействию), в их вовлечении в политику. СМИ обладают большими возможностями влияния на разум и чувства людей, на их образ мыслей, способы и критерии оценок, стиль и конкретную мотивацию политического поведения.

Круг политических функций СМИ не исчерпывается вышеназванными. Некоторые ученые, подходя к этому вопросу с других позиций, выделяют такие их функции, как **инновационная,** проявляющаяся в инициировании политических изменений путем широкой и настойчивой постановки определенных общественных проблем и привлечения к ним внимания властей и общественности; **оперативная** — обслуживание СМИ политики определенных партий и ассоциаций; **формирование общественности и общественного мнения.**

Наличие развитых, демократически организованных СМИ, объективно освещающих политические события, — одна из важнейших гарантий стабильности демократического государства, эффективности управления обществом. И, наоборот, невыполнение СМИ своих функций в политической системе способно коренным образом исказить ее цели и ценности, нарушить ее эффективность и подорвать жизнеспособность, превратить демократию в иллюзию, форму скрытого, манипулятивного господства правящих слоев и классов.

**2. Особенности политического влияния средств массовой информации**

Неотъемлемой составной частью политики являются массовые коммуникации. Политика в большей мере, чем другие виды общественной деятельности, нуждается в специальных средствах информационного обмена, в установлении и поддержании постоянных связей между ее субъектами. Если, например, экономика вполне может функционировать на основе рыночного саморегулирования при ограниченных, преимущественно непосредственных формах взаимодействия людей, то политика невозможна без опосредованных форм общения и специальных средств связи между различными носителями власти, а также между государством и гражданами.

Хотя масс-медиа призваны решать определенные задачи в политической системе и обществе, в реальной жизни они достаточно самостоятельны, имеют собственные, часто расходящиеся с потребностями общества цели деятельности и используют для их достижения различные методы. Политическое влияние СМИ осуществляют через воздействие на разум и чувства человека.

В демократических государствах явно преобладает рациональная модель массовых коммуникаций, рассчитанная на убеждение людей с помощью информирования и аргументации, построенной в соответствии с законами логики. Эта модель соответствует сложившемуся там типу менталитета и политической культуры людей. Она предлагает состязательность различных СМИ в борьбе за внимание и доверие аудитории. В этих государствах запрещено законом использование СМИ для разжигания расовой, национальной, классовой и религиозной ненависти и вражды, однако и в них различные политические силы для пропаганды своих идей и ценностей широко применяют методы преимущественно эмоционального воздействия, что особенно ярко проявляется в периоды избирательных кампаний.

Живое слово и зрительный образ обладают большой силой эмоционального влияния на личность, которое нередко может затмить рациональные доводы и аргументы. Этим широко пользуются тоталитарные, авторитарные и особенно этнократические режимы, обильно насыщая свою политическую пропаганду эмоциональным содержанием, подавляющим разум человека. Здесь СМИ широко используют методы психологического внушения, основанные на страхе и вере, для разжигания фанатизма, недоверия или ненависти к политическим оппонентам, лицам других национальностей и всем неугодным.

Несмотря на важность эмоционального воздействия, все же главное влияние на политику СМИ осуществляют через информационный процесс. Основными этапами этого процесса являются **получение, отбор, препарирование, комментирование и распространение сведений.** От того, какую информацию, в какой форме и с какими комментариями получают субъекты политики, очень во многом зависят их последующие действия.

Непосредственное обладание такой властью — прерогатива СМИ. Они не только отбирают сведения, поставляемые информационными агентствами, но и сами добывают и оформляют их, а также выступают их комментаторами и распространителями. Поток информации в современном мире настолько разнообразен и противоречив, что самостоятельно разобраться в нем не в состоянии ни отдельный человек, ни даже группа специалистов. Поэтому отбор наиболее важной информации и ее представление в доступной массовой аудитории форме и комментирование — важная задача всей системы СМИ. Информированность граждан, в том числе политиков, прямо зависит от того, как, с какими целями и по каким критериям отбирается информация, насколько глубоко она отражает реальные факты после ее препарирования и редукции, осуществленных газетами, радио и телевидением, а также от способа и форм подачи информации.

Одно из важнейших средств политического влияния СМИ — определение тем и направлений дискуссий, концентрирующих внимание общественности и правительства. СМИ обычно сами определяют, что нужно и что не нужно выносить на суд общественности. Выбор политических тем и требований осуществляется не только в зависимости от пристрастий и интересов владельцев и руководителей СМИ, но и под влиянием специфических правил, складывающихся в условиях плюрализма информации в современном рыночном обществе. В нем главный критерий успеха СМИ и условие выживания большинства из них — внимание публики. Для того чтобы привлечь это внимание, масс-медиа, подчас даже не осознавая этого, при выборе тем публикаций и передач обычно руководствуются следующими общими принципами:

1. Приоритетность, важность (действительная и мнимая) и привлекательность темы для граждан. В соответствии с этим принципом наиболее часто сообщения СМИ касаются таких, например, проблем, как угроза миру и безопасности граждан, терроризм, экологические и иные катастрофы и т.п.

2. Неординарность фактов. Это означает, что информация об экстремальных событиях — голоде, войнах, необычайно жестоких преступлениях и т.д. — доминирует над освещением явлений будничной, повседневной жизни. Этим объясняется, в частности, склонность СМИ к информации негативного характера и сенсациям.

3. Новизна фактов. Привлечь внимание населения в большей степени способны сообщения, еще не получившие широкой известности. Это могут быть новейшие данные о результатах развития экономики или численности безработных, о полете к другим планетам, о новых политических партиях и их лидерах и т.д.

4. Политический успех. Согласно этому принципу, в передачи и статьи попадают сообщения об успехах политических лидеров, партий или целых государств. Особое внимание уделяется победителям на выборах или в рейтинговых опросах. Культ звезд в политике, искусстве, спорте — типичное явление для СМИ в рыночном обществе.

5. Высокий общественный статус. Чем выше статус источника информации, тем значительнее считается интервью или телепередача, поскольку предполагается, что их популярность при прочих равных условиях прямо пропорциональна общественному положению людей, сообщающих сведения. В силу действия этого правила наиболее легкий доступ к СМИ имеют лица, занимающие высшие места в политической, военной, церковной или других иерархиях: президенты, военачальники, министры и т.д. Им посвящаются первые страницы газет и главные радио- и телепередачи.

Следование СМИ правилам, ориентированным лишь на количество аудитории и победу в конкурентной борьбе, обусловливает их склонность к поверхностному освещению политических событий в погоне за сенсациями и известностью. Взятые ими на вооружение принципы отбора материалов плохо совместимы с глубокими аналитическими сообщениями и часто препятствуют созданию информационной картины мира, более или менее адекватной реальности.

Создание такой картины мира во многом зависит также от способов распространения информации. СМИ пользуются двумя основными способами распространения информации — последовательным и фрагментарным. Первый способ чаще использует пресса, последовательно и разносторонне освещая в статьях и других публикациях ту или иную политическую проблему. Второй способ — фрагментарная подача информации — особенно распространен на телевидении. Он порождает для слушателей ряд трудностей в познании сути того или иного события или процесса.

Дробление информации, создавая видимость ее разносторонности и оперативности подачи, препятствует непрофессионалам (подавляющему большинству граждан) сформировать целостную картину политических явлений или событий. Оно дает коммуникаторам дополнительные возможности манипулировать аудиторией, акцентируя ее внимание на одних сторонах события и умалчивая или затемняя другие. Фрагментарность подачи информации, в конечном счете, дезориентирует слушателей и либо гасит их интерес к политике и вызывает политическую апатию, либо вынуждает полагаться на оценки комментаторов.

Фрагментарный способ подачи информации многие исследователи считают спецификой телевизионного жанра, следствием присущего ему свойства, называемого «давлением визуальности». Суть этого свойства состоит в том, что в силу своих аудиовизуальных возможностей телевидение ориентировано на передачу главным образом визуализируемой, т.е. имеющей зрительный образ, информации. Поскольку же научная и другая серьезная информация обычно плохо совместима с экранным изображением, то она оставляется для печатных коммуникационных средств и радио.

Такое «разделение труда» между СМИ было бы вполне допустимо и даже целесообразно для демократического общества, если бы сопровождалось соответствующим перераспределением времени аудитории в пользу журналов, газет и книг. Однако общей тенденцией современного мира является растущее влияние телевидения как наиболее привлекательного средства получения политической и иной информации и относительное ослабление воздействия на население печатной продукции и радиопередач. Так, например, в ФРГ граждане тратят в 5,3 раза больше времени на просмотр телепередач, чем на чтение газет. К тому же телевидение лидирует среди других СМИ по силе убеждающего воздействия и доверию граждан, поскольку люди обычно склонны больше верить увиденному, чем услышанному или прочитанному.

Присущее телевидению «давление визуальности» проявляется не только во фрагментарной подаче информации в соответствии с возможностями ее экранизации, но и в ритуализации и персонализации политических сведений. Телевидение обычно предпочитает передавать информацию, которая может быть заснята телекамерой, т.е. показывать конкретных лиц, предметы и т.п. Поэтому на экранах доминируют легкодоступные для телеобъектива дипломатические и иные ритуалы, официальные встречи, визиты, пресс-конференции и т.д. Абстрактные же положения, раскрывающие наиболее глубокие причины тех или иных политических явлений, не поддаются видеозаписи и, как правило, не попадают в передачи.

В результате такой подачи информации политика чрезмерно персонализируется, внимание зрителей концентрируется главным образом на политических лидерах, которые обычно даже не получают возможности подробно изложить свои взгляды и цели политики.

Фрагментация, ритуализация и персонализация информации уводят телевидение на путь показа внешней, поверхностной стороны политических явлений. Сущностные же взаимосвязи в этом случае не раскрываются. Без должного внимания остается и сам процесс политического волеобразования и принятия решений, составляющий стержень политики.

СМИ обладают большими возможностями активного влияния не только на восприятие гражданами отдельных политических явлений и событий, но и на их отношения к политике в целом. Как политическая пассивность населения в каком-либо вопросе, так и его массовая активность непосредственно связаны с позицией СМИ в этом вопросе.

Опыт истории показывает, что СМИ способны служить различным политическим целям: как просвещать людей, развивать в них чувство собственного достоинства, стремление к свободе и социальной справедливости, способствовать и помогать компетентному участию в политике, обогащать личность, так и духовно порабощать, дезинформировать и запугивать, разжигать массовую ненависть, сеять недоверие и страх.

**3. Политическое манипулирование и пути его ограничения**

Наибольшую опасность для граждан и демократического государственного устройства представляет использование СМ И для **политического манипулирования — скрытого управления политическим сознанием и поведением людей с целью принудить их действовать (или бездействовать) вопреки собственным интересам.** Манипулирование основано на лжи и обмане. Причем это — не «ложь во спасение», а корыстные действия. Без должной борьбы с манипулированием оно может стать главной функцией СМИ и свести на нет официально провозглашаемые государством демократические принципы.

Требуя большей гибкости в политике, манипулирование как способ социального управления имеет для его субъектов ряд преимуществ по сравнению с силовыми и экономическими методами господства. Оно осуществляется незаметно для управляемых, не влечет за собой прямых жертв и крови и не требует больших материальных затрат, которые необходимы для подкупа или успокоения многочисленных политических противников.

В современном мире теория и практика политического манипулирования получили достаточно глубокую научную разработку и практическое применение. Общая технология глобального, общегосударственного манипулирования обычно основывается на систематическом внедрении в массовое сознание социально-политических мифов — иллюзорных идей, утверждающих определенные ценности и нормы и воспринимаемых преимущественно на веру, без рационального, критического осмысления.

Мифы составляют фундамент всей иллюзорной картины мира, создаваемой манипуляторами. Так, несущими конструкциями коммунистической системы манипулирования выступали мифы о частной собственности как о главном источнике социального зла, о неизбежности краха капитализма и торжества коммунизма, о руководящей роли рабочего класса и его коммунистической партии, о единственно верном социальном учении — марксизме-ленинизме.

В США, по мнению американского профессора-либерала Герберта Шиллера, главными идеями, утверждающими господство правящей элиты, выступают пять социальных мифов: об индивидуальной свободе и личном выборе граждан; о нейтралитете важнейших политических институтов: конгресса, суда и президентской власти, а также СМИ; о неизменной эгоистической природе человека, его агрессивности, склонности к накопительству и потребительству; об отсутствии в обществе социальных конфликтов, эксплуатации и угнетения; о плюрализме СМИ, которые в действительности, несмотря на их обилие, контролируются крупными рекламодателями и правительством и представляют собой единую индустрию иллюзорного сознания.

Для укоренения социальных мифов технология манипулирования предполагает использование богатейшего арсенала конкретных методов воздействия на сознание людей. К ним относятся не только прямая подтасовка фактов, замалчивание неугодной информации, распространение лжи и клеветы, но и более тонкие, рафинированные способы: **полуправда** (когда, чтобы обеспечить доверие аудитории, объективно и подробно освещаются конкретные, малозначительные детали и умалчиваются более важные факты или же дается общая ложная интерпретация событий), **наклеивание ярлыков** (когда для отторжения слушателями и компрометации лиц или идей им без доказательств дается неблаговидное определение, например «империалист», «фашист», «красно-коричневый», «шовинизм» и т.п.) и др.

Существует множество приемов лингвистического, языкового манипулирования, предполагающих использование для обозначения одних и тех же явлений эвфемизмов, а также слов, имеющих иной оценочный оттенок. Так, например, человека, ведущего вооруженную борьбу за создание самостоятельного национального государства, различные СМИ в зависимости от политических пристрастий, называют борцом за свободу, сепаратистом, террористом, партизаном, боевиком.

Для каждого информационного жанра, наряду с общими приемами манипулирования, существуют и специальные. Телевидение, например, для формирования у зрителей отталкивающего чувства по отношению к неугодным политикам использует непривлекательные ракурсы их показа или соответствующим образом монтирует заснятые кадры. Для скрытого внушения массам определенных политических идей оно нередко организует шумные развлекательные шоу и т.д.

Современные манипуляторы умело используют закономерности массовой психологии. Так, один из широко распространенных и внешне безобидных манипуляционных приемов, называемый «спираль умолчания», состоит в том, чтобы с помощью ссылок на сфабрикованные опросы общественного мнения или другие факты убедить граждан в поддержке большинством общества угодной манипуляторам политической позиции, в ее победе. Это заставляет людей, придерживающихся иных взглядов, из опасения оказаться в социально-психологической изоляции или каких-то санкций умалчивать о своем мнении или изменять его. На фоне умолчания о позиции оппонентов голос настоящего или мнимого большинства становится еще громче, и это еще сильнее вынуждает несогласных или колеблющихся к принятию «общепринятого» мнения или к глубокому утаиванию своих убеждений. В результате «спираль умолчания» закручивается еще круче, обеспечивая победу манипуляторам.

Манипулирование широко используется не только в тоталитарных и авторитарных государствах, где часто является доминирующим методом деятельности СМИ, но и в современных западных демократиях, особенно в партийной пропаганде и во время избирательных кампаний. Сегодня ни одна президентская или парламентская избирательная кампания в странах Запада и многих других государствах не обходится без использования приемов манипулирования и рекламы, которые, тесно переплетаясь между собой, создают у зрителей весьма далекие от реальности представления об определенном политике.

Как показывают эмпирические исследования, «средний» избиратель обычно судит о кандидате в президенты или парламент по тому имиджу (образу), который создает ему телевидение и другие масс-медиа. В странах Запада, а в последние годы и в России, успешно развивается целое направление рекламного бизнеса — имидж-мейкинг, т.е. создание привлекательных для избирателей образов политических деятелей. Нанимаемые за большие деньги профессионалы имидж-мейкеры и организаторы избирательных кампаний диктуют претендентам не только форму одежды и манеры поведения, но и содержание выступлений, которые изобилуют множеством заманчивых обещаний, обычно забываемых сразу после победы на выборах.

За искусно изготовленной СМИ блестящей рекламной упаковкой избирателю трудно бывает различить истинные деловые и нравственные качества кандидатов, определить их политические позиции. Такого рода рекламно-манипулятивная деятельность превращает выбор граждан из свободного сознательного решения в формальный акт, заранее запрограммированный специалистами по формированию массового сознания.

Возможности манипулятивного использования СМИ велики, но не безграничны. Пределы манипулирования общественным мнением определяются прежде всего уже сложившимся массовым сознанием, стереотипами и взглядами людей. Для того чтобы быть эффективным, манипулирование должно опираться на менталитет и бытующие представления населения. Хотя под воздействием пропаганды эти представления постепенно могут измениться.

Существенными препятствиями для манипулирования является собственный опыт людей, а также не контролируемые властью системы коммуникаций: семья, родственники, знакомые и друзья, интеракционные группы, складывающиеся в процессе производственной и иной деятельности и т.д. Однако политическое манипулирование, особенно при монополии его инициаторов на СМИ, экономическую и политическую власть, способно обходить эти барьеры, поскольку верификационные возможности индивидуального и группового опыта применительно к политике ограничены и допускают различные интерпретации.

Так, например, провал экономической политики правительства можно объяснять по-разному: его некомпетентностью или коррумпированностью, тяжелым наследием прошлого режима, неизбежностью трудностей в период реформирования, происками оппозиции или враждебных государств и т.п. Наиболее слабы у населения защитные механизмы против манипулирования в области новой проблематики, по отношению к которой у него еще не сложилось мнение.

Негативные последствия деятельности СМИ могут быть надежно и эффективно ограничены их общественной организацией. Важнейшим принципом демократической организации масс-медиа являются **плюрализм властей в обществе и плюрализм самих СМИ.** Плюрализм властей означает разделение в обществе экономической социальной, собственно политической (принудительной) и духовно-информационной властей. Подпадание главных СМИ под контроль экономически и (или) политически господствующих групп означает конец демократии или, по меньшей мере, ее существенную деформацию.

Независимость масс-медиа могут обеспечить соответствующие формы их общественной организации. Существуют три главных формы современной организации СМИ: частная (коммерческая), государственная и общественно-правовая. При коммерческой организации, господствующей, например, в США, СМИ находятся в частном владении и финансируются исключительно за счет доходов от рекламы и частных пожертвований. Для них характерна жесткая конкуренция за рекламные доходы и аудиторию. Важнейший недостаток коммерческой организации масс-медиа — их прямая зависимость от рекламодателей и владельцев, а также частое забвение общественных интересов и этических норм в погоне за успехом.

В условиях **государственной** организации СМИ принадлежат государству и прямо финансируются и контролируются им. Преимуществом этой формы организации, преобладающей, например, во Франции, является независимость СМИ от крупного капитала, подконтрольность парламенту и правительству. Однако государственное финансирование СМИ может снижать их конкурентоспособность и использоваться для их подчинения власть имущим и бюрократии. К тому же, это тяжелое бремя для государственного бюджета.

**Общественно-правовая** организация СМИ стремится освободить их от государственной и частной зависимости. По этой модели они финансируются главным образом за счет специального налога, выплачиваемого гражданами, имеют права юридического лица и самоуправления, хотя в целом контролируются общественными советами, состоящими из представителей важнейших общественных групп и организаций. Эта модель организации радио и телевидения преобладает в ФРГ, хотя здесь существует и частное теле- и радиовещание. Пресса же полностью находится в частном владении.

Ни один их трех рассмотренных выше способов общественной организации СМИ не является универсальным, лишенным недостатков. По всей вероятности, наилучшим образом гарантировать независимость СМИ от узковедомственных влияний и срастания с экономической или государственной властью можно лишь на основе сочетания всех трех форм, с учетом особенностей конкретной страны.

Эффективному выполнению масс-медиа своих функций в обществе способствует их разнообразие и соревновательность в завоевании внимания и доверия аудитории. Плюрализм СМИ может обеспечиваться как их многообразием, наличием в обществе многих информационных агентств, газет, радио- и телестанций, так и с помощью редакционной независимости теле- и радиопрограмм. Кроме того, этому служит осуществляемое во многих странах предоставление времени вещания всем политическим силам, пропорционально количеству голосов, полученных ими на выборах.

В современном мире под воздействием жесткой конкуренции наметилась тревожная для демократии тенденция концентрации СМИ. Она проявляется в резком сокращении численности местных газет, в образовании мощных национальных и транснациональных корпораций, контролирующих обширные информационные пространства, в усиливающейся зависимости мелких теле- и радиостанций от информационных гигантов. Чтобы не допустить монополизации СМИ, многие государства принимают специальные законы, ограничивающие возможности поглощения мелких масс-медиа крупными корпорациями.

СМИ управляются и контролируются определенными лицами или же специальными органами. В коммерческих СМИ функции такого контроля выполняют, прежде всего, их собственники, в государственных — государственные службы, в общественно-правовых — общественность, политические организации и объединения. При этом во всех случаях предполагается, что СМИ действуют в рамках закона.

В большинстве стран мира существуют специальные органы общего контроля за СМИ, следящие за соблюдением ими этических и правовых норм. Так, во Франции такой инстанцией является Высший совет по аудиовизуальной коммуникации. Он не только контролирует государственные и частные теле- и радиостанции, но и выдает им государственные лицензии на право выхода в эфир. В Великобритании общие направления деятельности радио и телевидения определяют правительство и парламент. За соблюдением прессой этических норм следит специальная комиссия по самоконтролю.

Демократический контроль со стороны общества за масс-медиа, конечно, не имеет ничего общего с предварительной цензурой, существующей в тоталитарных и авторитарных государствах, и не является нарушением свободы слова и выражения мнений. Информационная, политическая и любая другая свобода одних людей требует ограничений в тех случаях, когда она нарушает свободу и права других граждан и целых государств.

В современном мире с развитием спутникового телевидения и некоторых других СМИ, обладающих почти безграничным радиусом действия, расширились возможности культурно-информационной экспансии мощных информационных корпораций ведущих стран Запада. Располагая новейшей техникой и технологией, богатым опытом радио- и телевещания и опираясь на свою экономическую мощь, они непосредственно подчиняют или вовсе вытесняют национальное радио, телевидение и кинематограф и навязывают более слабым странам свои культурные и потребительские стандарты. Как неоднократно отмечалось на конференциях ЮНЕСКО, под предлогом свободы распространения информации транснациональные информационные корпорации формируют неадекватные социально-экономическим реальностям этих стран потребности и ценностные ориентации, культивируют роскошь и «потребительство в мире бедности» и тем самым дестабилизируют политическую ситуацию, разрушают культурную самобытность народов. Такая свобода информации нуждается в ограничениях. **Информационная власть, подобно власти политической и экономической, нуждается в контроле со стороны общества.**

Помимо специальных органов государственного или общественного контроля использовать СМИ в интересах граждан и предотвратить негативные последствия их деятельности помогает коммуникационное воспитание населения и, особенно, молодого поколения. Теоретической основой такого воспитания является специальная наука и учебная дисциплина — педагогика СМИ. Ее главная цель — научить граждан критически относится к масс-медиа, компетентно и ответственно их использовать. Изучение этой дисциплины призвано ознакомить граждан с центральной ролью СМИ в демократическом государстве и в современной политике в целом, с их позитивным и негативным воздействием на реципиентов, сформировать способность ориентироваться в сложном потоке информации и выработать иммунитет к манипулированию и низкопробной, оглупляющей человека печатной, видео- и иной продукции.

Политико-коммуникационное воспитание молодого поколения получает все большее распространение в западных демократиях. Очевидно, что оно еще более необходимо России и другим посткоммунистическим странам, в которых грамотность населения в области массовых коммуникаций низка, а возможности их использования в манипулятивных целях высоки. Лишь комплексно решая различные проблемы в области массовых коммуникаций на основе учета мирового опыта и собственных общественных реальностей, эти страны смогут создать эффективную и жизнеспособную демократию.

Особенно велика роль СМИ в переходные периоды общественного развития, поскольку без их активной деятельности невозможно изменить политическое сознание, ценностные ориентации и цели широких слоев населения и добиться массовой поддержки политики социальных преобразований.

**Заключение**

Глобализация и информатизация влияют на нашу жизнь. Мы становимся свидетелями того, как на смену индустриальному обществу приходит общество информационное, и оно преобразует как экономику всего мира, так и его политические институты, характер суверенитета и традиционно сложившихся отношений между правительствами и народами, между людьми и властью. Мы на пути к миру, в котором производство и распространение информации оттесняет на второй план материальное производство.

Государство же в становлении информационного общества играет роль координатора деятельности различных субъектов общества, способствует интеграции людей в информационно-техническое окружение.

Стремительное развитие и внедрение новейших информационных технологий во все сферы жизнедеятельности является несомненным благом, открывающим возможности для экономического роста, повышения общественного благосостояния. Однако следует помнить и об угрозах, о возможных негативных последствиях, к которым могут привести научные, информационные и коммуникационные достижения.

Независимая плюралистическая печать, теле- и радиовещание и электронные средства массовой информации несомненно играют важную роль в мире и в демократическом обществе. В связи с этим большое значение приобретают внутригосударственные и глобальные механизмы, гарантирующие недопущение использования свободы слова и новых информационных и коммуникационных технологий для разжигания национальной розни, ксенофобии, экстремистских настроений, терроризма, популяризации антиобщественных явлений и антигуманизма. Средства массовой информации должны быть инструментами содействия предотвращению и урегулированию кризисов.

Сохранение баланса интересов государства и средств массовой информации — это мощный фактор устойчивости демократических институтов, показатель степени зрелости общества в реализации не только права на выражение мнений, но и всего комплекса прав, свобод и обязанностей.

Сегодня информация является важным средством формирования национального и международного общественного мнения. Многополярный мир — это, естественно, и наличие широкого спектра информационных полюсов.

Вместе с тем информационное поле продолжает оставаться сферой, потенциально несущей в себе угрозы поддержанию мира и безопасности.

На страницах некоторых изданий не изжиты еще материалы, идеализирующие сомнительных деятелей прошлого. За истинное проявление белорусского самосознания выдаются феодальные усобицы. А сотрудничество коллаборационистов с фашистскими оккупантами в годы Отечественной войны — за патриотизм и национальное возрождение.

В ход порой идут откровенная русофобия, глумление над стремлением народа к социальной справедливости и народовластию. Подобные "произведения" их авторы оправдывают благородной целью — любой ценой ”укрепить“ независимое белорусское сознание.

Но истинное национальное самосознание не может строиться на лжи и фальсификациях. Словно в назидание нам звучат слова древнегреческого историка Фукидида: "Самая опасная ложь есть ложь, смешанная с правдой, и наша задача отделить одну от другой ради познания прошлого и обеспечения будущего". Актуально. Как будто сегодня сказано.

Надо учитывать, что политизированная мифология держится на невежестве. Ведь многие судят о белорусской истории по литературным фантазиям или вырванным из общего контекста отрывкам, а не по глубоким историческим исследованиям и документам.

Несомненно, конституционные общечеловеческие нормы предполагают наличие разных точек зрения. Тем не менее государственная политика в отношении исторической науки должна руководствоваться принципами объективности и историзма.

Мы должны воспитывать национальную гордость, уважение к своему государству, к Конституции, флагу, гимну. Посмотрите, как это делается в других странах — в США, Великобритании, Японии [3].

**Список использованных источников**

1. Пугачев В.П., Соловьев А.И. Введение в политологию. Учебное пособие для студентов ВУЗов, Москва, «Аспект-пресс» 1995.

2. Поляков Ю.А., Информационная безопасность и средства массовой информации Учебное пособие. — М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2004.

3. Лекция Президента Беларуси Александра Григорьевича Лукашенко «Исторический выбор Республики Беларусь» (Белорусский государственный университет, 14 марта 2003 г.)