

Студент 2 курса
факультета международных экономических отношений ХНЭУ им. С. Кузнеця

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК ОРУДИЕ ПОЛИТИКИ

Аннотация. Рассмотрена роль средств массовой информации в политике. Раскрыто огромное значение СМИ, которые не являются субъектом политики в силу их ангажированности, в политической жизни страны.

Анотація. Розглянуто роль засобів масової інформації в політиці. Розкрито величезне значення ЗМІ, котрі не є суб'єктом політики в силу їх ангажованості, у політичному житті країни.

Annotation. The role of the media in politics is examined. Huge importance of mass media in political life of the country is revealed, although they are not the subject of politics because of their engagement.

Ключевые слова: средства массовой информации, манипулирование общественным сознанием, политическая реклама.

Средства массовой информации могут воздействовать на духовную жизнь общества, на сознание масс. Как следствие, они в значительной мере определяют политическую жизнь страны. Использование СМИ в качестве орудия политической борьбы – явление, характерное для современной политики.

Эта тема интересовала многих ученых, таких, как Майкл Уитхофт, Джейс Рубин и многих других.

Относительно мало изученной остается проблема регулирования Интернет-пространства и использования этого ресурса в общественно-политическом процессе, хотя очевидно, что Интернет с течением времени приобретает большую популярность, чем телевидение и печатная пресса. Это неудивительно, ведь компьютерные сети соединяют в себе возможности всех типов СМИ.

Что касается юридического аспекта, то в настоящее время в нашей стране действует Закон "О печатных средствах массовой информации (печати) в Украине" и "О телевидении и радиовещании", но в этих законах ничего не сказано об Интернете. По данным исследования InMind, 19,7 млн человек пользуются Интернетом один раз в месяц и чаще, 17,9 млн – один раз в неделю и чаще, 13,3 млн пользуются Интернетом каждый день или почти каждый день [1].

Итак, СМИ являются одним из важнейших институтов современного общества. Они выполняют информационную, рекламную, развлекательную, образовательную функции. СМИ стали играть важную роль в формировании, функционировании и эволюции общественного сознания в целом. Восприятие и интерпретация событий, происходящих в стране и в мире, осуществляются посредством СМИ [2, с. 171].

СМИ превращаются в один из важнейших инструментов реализации политического процесса, не случайно их называют четвертой ветвью власти наряду с законодательной, исполнительной и судебной. Бытует мнение: тот, кто контролирует телевидение, контролирует всю страну. Ведь телевидение – все еще наиболее доступный (недорогой и широко распространенный) источник информации для населения. Телепродукция (политические шоу, новостные и аналитические программы, дебаты и т. п.) разнообразна и привлекательна для потребителя, она создается по правилам коммерческого искусства: с учетом вкусов и ожиданий аудитории.

Средства массовой информации способны организовать поддержку значительными слоями населения тех или иных акций правящих кругов либо отдельных заинтересованных групп. Эта функция проявляется в особенности во время избирательных кампаний. Во время выборов вокруг кандидатов образуются информационные империи, которые продвигают их на пути к победе.

В Законе Украины "О выборах народных депутатов Украины" говорится: "Средства массовой информации обязаны объективно освещать ход подготовки и проведения выборов. Представителям средств массовой информации гарантируется беспрепятственный доступ на все публичные мероприятия, связанные с выборами, а на заседания избирательных комиссий и на избирательный участок – в день голосования. Избирательные комиссии, органы исполнительной власти, должностные и служебные лица этих органов обязаны в пределах своих полномочий предоставлять им информацию о подготовке и проведении выборов депутатов" (ст. 13, п. 4).

Возможности СМИ настолько огромны и разнообразны, что они просто не могут не вызывать к себе интереса элит. Экономические проблемы СМИ делают их добычей для банкиров и политиков. На СМИ с помощью экономических рычагов можно оказывать давление и этим изменять ход предвыборных кампаний.

В связи с этим нельзя забывать, что информация, которую мы получаем из различных источников – телевидение, радио или газеты, – может оказаться недостоверной или неправильно поданой. Поэтому нужно критически осмысливать информацию, проверять ее источники. Крупные политические деятели или олигархи могут использовать СМИ в своих целях. Все это ведет к распаду независимого информационного пространства, угрожает интересам потребителей информации.

Широко применяется политическая реклама, формируется привлекательный имидж заказчика, создается негативное отношение к противникам, используется откровенный показ компроматов. Очень часто, с целью создания нужного общественного мнения, СМИ искажают информацию или же интерпретируют ее в пользу той или

Таким образом, борьба в политике неразрывно связана со СМИ. Пресса, радио и телевидение играют большую роль в предвыборных кампаниях, в политической жизни в целом. И хотя СМИ порой обрушивают на избирателя потоки самой противоречивой информации, но именно они помогают избирателю определиться в своем выборе. Поэтому нужно быть крайне внимательным при выборе источника информации, анализе ее качества.

Следует помнить, что полностью объективные и абсолютно независимые СМИ в нашем обществе еще не сформировались. Чтобы действительно стать "четвертой властью", СМИ должны приобрести независимость, как и подобает одной из властных ветвей. До сих пор они остаются скорее орудием, нежели самостоятельным субъектом политики.

Научн. рук. Потоцкая Ю. И.

Литература: 1. Маркетинговая исследовательская компания InMind [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.inmind.com.ua>. 2. Гаджиев К. С. Введение в политическую науку : учебник / К. С. Гаджиев. – М. : Логос, 1999. – 544 с. 3. Конституція України : Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. – К. : Преса України, 1997. – 80 с.