

УДК: 004.323/327:33.008:001(~)

 <http://dx.doi.org/10.26739/2181-9505-2018-1-2>

Андыржанова Гулнар Абылхаировна (Казахстан, Алматы)

ПОЛИТИКО - ИДЕОЛОГИЧЕСКАЯ ОРИЕНТАЦИЯ СМИ В МИРОВОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Аннотация. В истории духовного становления человечества информация имела свое важное значение как способ коммуникации. В XXI веке информация стала распространяться ускоренными темпами. СМИ стало главным источником распространения информации. Ибо, современные СМИ играют важную роль в освещении политике - от крупных политических событий до воздействия на предвыборную кампанию. При этом 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. Таким образом, СМИ могут потенциально влиять на мнение и поведение людей, их взаимоотношения, и отношения ко многим вопросам.

СМИ могут играть положительную роль, к примеру, в просвещении или обучении аудитории, но также их можно использовать в качестве орудия для пропаганды, насаждения идеологии и политических идей.

Ключевые слова: информация, идеология, пропаганда, политическая идея, глобальная информация, экономика, внешняя политика, культура, наука, кибертерроризм.

Введение

На современном этапе СМИ отводится очень важная роль в связи с тем, что формируется глобальное информационное пространство. Современные СМИ являются каналом получения различных информационных, которые влияют на внутреннюю и внешнюю политику государства.

Качественные изменения в сфере информационных технологий стали влиять на политику, экономику, культуру, науку.

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. Таким образом с одной стороны СМИ становится одним из активных распространителей информации, с другой стороны информацию распространяемую в СМИ не возможно стало управлять. Можно или нужно ли политической цензурой обуздать СМИ, какого перспективы политической цензуры СМИ?, именно эти вопросы попытаемся раскрыть в рамках данной статьи.

Политическая цензура как ограничение деятельности средств массовой информации

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 остается, 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 [Садчикова, А.С. 2009, с.296].

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 [Медушевский, А.2011.с.168].

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 веке 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.



Рисунок-2. Результат ответов на вопрос "Как Вы думаете, нужна ли цензура СМИ?"

Примечание: составлено автором

Как показано на рисунке-2, часть опрошенных (73,1%) считают, что цензура в СМИ должна существовать, когда 15,5% были не согласны с этим. Что и было сказано ранее, само общество и государство формируют цензуру СМИ. К примеру, в Южной Корее на фото и видео, допустим, в новостях покрывают мозаикой наручники, когда в Казахстане в этом нет необходимости.

Многие эксперты сходятся на мнении, что цензура всегда должна присутствовать. Действительно, без цензуры СМИ превратятся в "бардак". Кажется бы, на родине "свободного потока информации" США не должно существовать цензуры, но они занимают первое место в Google Transparency Report по количеству запросов на удаление контента.

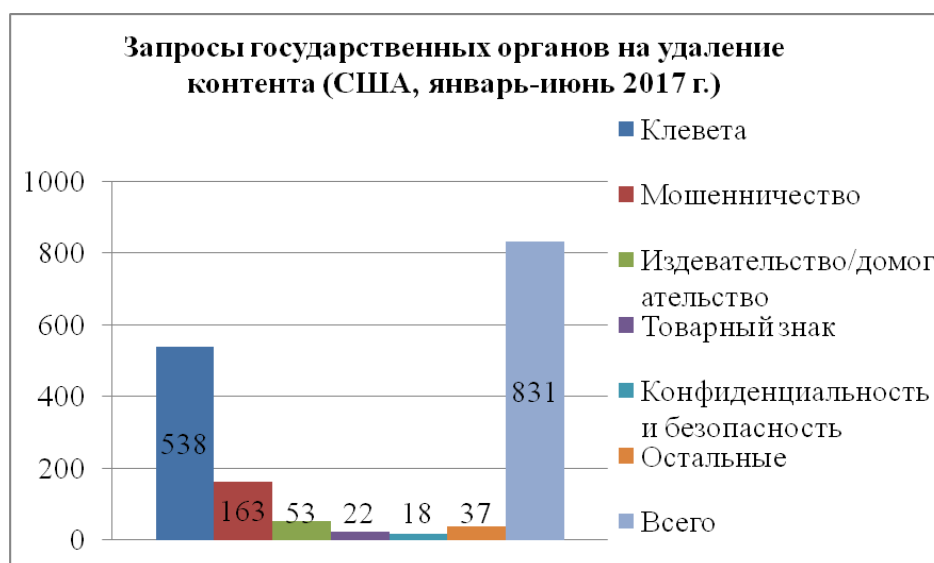


Рисунок-3. Запросы государственных органов на удаление контента (США, январь-июнь 2017г.)

Примечание: источник [2017,]

На диаграмме изображены государственные запросы США на удаление контента Google по таким направлениям как: клевета, мошенничество, издевательство и домогательство, товарный знак, конфиденциальность и безопасность. Всего в период с января по июнь 2017 года был сделан 831 запрос, 538 из которых приходится на контент, содержащий, по мнению государства, - клевету.

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, "проигрышных" 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.

Средства массовой информации как важнейший инструмент пропаганды

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. Многое из перечисленного выше удивляет, но это только доказывает насколько трудно разглядеть пропаганду как таковую.

Пропаганда получила широкую огласку во время Первой мировой войны (1914-1918 гг.), но ее корни тянутся глубоко в античную Грецию. В то время, когда отсутствовали современные технологии, публичные выступления и даже спектакли служили инструментом для формирования мнения людей, их ценностей и убеждений. Хотя ныне слово "пропаганда" имеет негативный оттенок, у него религиозное происхождение. Папа Григорий XV (Папа Римский с 1621 по 1623 гг.) создал институт распространения веры и решения ряда церковных дел, который носил название "Конгрегации пропаганды религии" [2017].

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. Данная 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 начаться 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.



Рисунок - 4 Результат ответов на вопрос "Считаете ли Вы, что современные СМИ являются инструментом пропаганды?"

Примечание: составлено автором

Как показано на рисунке - 4, 75% респондентов уверены, что СМИ являются инструментом пропаганды. Из этого можно сделать вывод, что люди осведомлены о пропаганде и пытаются отбирать информацию своими способами её оценки и сортировки. Когда 13,5% респондентов не согласны с мнением предыдущих.

В XXI веке привычная форма ведения войны, в которой задействованы вооруженные силы противников устаревает. 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 информации, процессов обмена информацией и информационных систем врага.

Дэн Кюль из Университета национальной обороны США определил информационную войну как "конфликт или борьбу между двумя или более

группами в информационной среде". Вы можете сказать, что это просто звучит как очередной способ описать хакерство. На самом деле это более опасно, чем предполагает его название. 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 "Паллибуд" (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.

Роль СМИ и перспективы их развития в политическом процессе

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 новых технологии 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, что и рассмотрено в таблице ниже по методике SWOT-анализа.

Таблица 1 - 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	1) насаждение идеологии, веры и ценностей

Продолжение таблицы 1 - SWOT-анализ деятельности СМИ

3) разносторонность мнений	2) развитие кибертерроризма 3) развязывание информационных войн 4) разжигание межнациональной розни 5) развитие ксенофобии, экстремизма и других антиобщественных явлений
Примечание: составлено автором	

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, оказывает воздействие на все процессы жизнедеятельности государства.

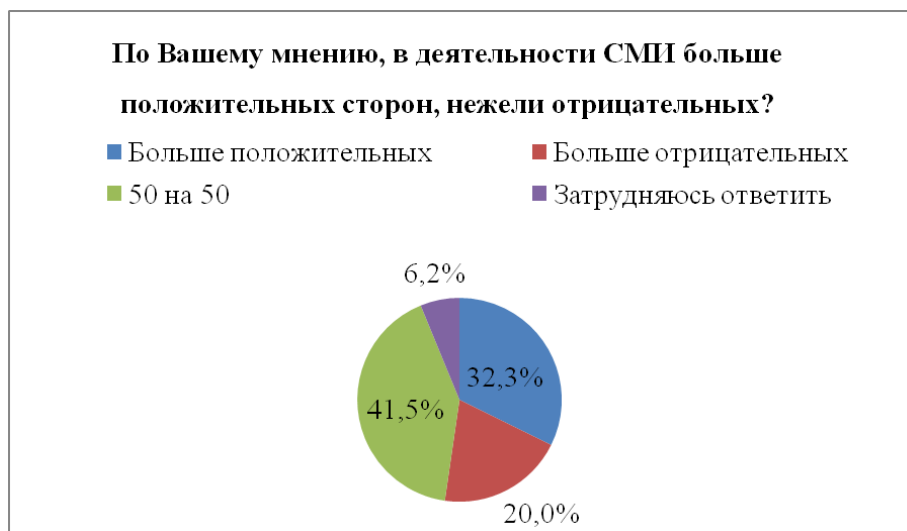


Рисунок - 5 Результат ответов на вопрос "По Вашему мнению, в деятельности СМИ больше положительных сторон, нежели отрицательных?"

Примечание: составлено автором

Судя по рисунку-5, 41,5 % респондентов уверены, что в деятельности СМИ отрицательных сторон столько же, сколько и положительных. 32,3% настаивают, что позитивная сторона превалирует. 20% настроены пессимистично, считая, что функционирование медиа включает больше отрицательных моментов.

Несмотря на результаты опроса, изображенных на рисунке-5, ниже вы можете увидеть, что народ уверен, что СМИ могут выполнять общественно значимые функции.



Рисунок - 6 Результат ответов на вопрос "Как Вы считаете, могут ли СМИ наладить двустороннюю связь между властью и народом?"

Примечание: составлено автором

Как изображено на рисунке-5, 50,8% опрошенных считают что между государством и народом может быть налажена связь, когда 32,3% настроены пессимистично. Данный вопрос разделил респондентов, что показывает неуверенность 32,3% в том, что их мнение может быть услышанным правительством.



Рисунок - 7 Результат ответов на вопрос "Как Вы думаете, СМИ участвуют в социально-культурном развитии общества?"

Примечание: составлено автором

Как видно на рисунке-6, 73,8% опрошенных уверены, что СМИ помогают обществу в социально-культурном обогащении, когда 10,8% с этим не согласны. Большинство относится к данной функции СМИ положительно, что только доказывает, что это сильная сторона медиа, которая была представлена в SWOT-анализе в таблице-1.



Рисунок - 8 Результат ответов на вопрос "По Вашему мнению, можно ли использовать СМИ для создания имиджа государства?"

Примечание: составлено автором

Судя по рисунку-7, в своем большинстве (73,8%) люди уверены, что СМИ помогают выстроить имидж государства, 13,8% с этим не согласны. Действительно, сегодня Республика Казахстан занялась построением положительного имиджа государства, ведется целая информационная программа, которая активно использует средства массовой информации.

Выводы

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. Несмотря на все положительные стороны, информационное пространство остается областью, несущей в себе потенциальные угрозы миру и безопасности.

Библиография

1. Садчикова, А.С. (2009). 'Теоретические основания изучения корреляции между характеристиками информационного пространства и степенью развитости гражданского общества'. Вестник Саратовского государственного технического университета, №2- 296с.
2. Медушевский, А.Н. (2011). 'Сталинизм как модель. Обзорение издательского проекта "РОССПЭН" "История сталинизма"'. Вестник Европы. Т. XXX. - 168с.
3. 'The 2015 list of 10 Most Censored Countries is part of CPJ's annual publication, Attacks on the Press/Committee to Protect Journalists' <https://cpj.org/2015/04/10-most-censored-countries.php>
4. Отчет Google о доступности сервисов и данных 2017/ Запросы государственных органов на удаление контента/ <https://transparencyreport.google.com/government-removals/by-country>
5. The Story of Propaganda / American Historical Association 2017./ <https://www.historians.org/about-aha-and-membership/aha-history-and-archives/gi-roundtable-series/pamphlets/what-is-propaganda/the-story-of-propaganda>

Transliteration

1. Sadchikova, A.S. (2009). 'Theoretical grounds for studying the correlation between the characteristics of the information space and the degree of development of civil society'. Bulletin of the Saratov State Technical University, №2- 296p.
2. Medushevsky, A.N. (2011). Stalinism as a model. Review of the publishing project "ROSSPEN" "History of Stalinism" '. Herald of Europe, - T. XXX. - 168s.
3. 'The 2015 list of 10 Most Censored Countries is part of the CPJ's annual publication, Attacks on the Press' / Committee to Protect Journalists / <https://cpj.org/2015/04/10-most-censored-countries.php>
4. 'Google Report on the Availability of Services and Data 2017'. / Requests for government removal of content / <https://transparencyreport.google.com/government-removals/by-country>
5. 'The Story of Propaganda' / American Historical Association 2017./ <https://www.historians.org/about-aha-and-membership/aha-history-and-archives/gi-roundtable-series/pamphlets/what-is-propaganda/the-story-of-propaganda>

Андиржанова Гулнар Абылхаировна (Казахстан, Алматы)

Дунё ахборот маконида оммавий ахборот воситаларининг мафкуравий мўлжаллари

Аннотация. Инсониятнинг маънавий шаклланишида ахборот мулоқот воситаси сифатида муҳим аҳамиятга эга. XXI асрда ахборот янада жадал суръатларда тарқала бошлади. ОАВ ахборот тарқатишнинг асосий воситасига айланди. Зеро, замонавий ОАВ йирик сиёсий ҳодисалардан сайловолди компанияларининг сиёсий жараёнларини ёритишда муҳим роль ўйнайди. Шунингдек, ҳар бир инсоннинг ўз-ўзини тарбиялаши ва дам олиши учун муҳим ахборотни етказиб, улар ҳаётига таъсир этади.

Биз ахборот ва мулоқотга боғлиқ бўлган жамиятда яшаймиз. Демак ОАВ, одамларнинг ўзаро муносабатларини ташкил этишда, хулқ атворини тарбиялашида ва бошқа барча масалаларга муносабат билдиришга таъсир этади.

ОАВ маърифий тарбия ва аудиторияда таълим олишда ижобий таъсир кўрсатиш билан бир қаторда, турли сиёсий мақсадларни тарғиб қилиш ва онга сингдириш қуроли сифатида ҳам амал қилади.

Таянч сўзлар: ахборот, мафкура, тарғибот, сиёсий ғоя, глобал ахборот, иқтисод, ташқи сиёсат, маданият, фан, кибертерроризм.

