

**Международный издательский центр
ЭТНОСОЦИУМ**

Ш.С. Сулейманова

**МЕДИАПОЛИТИКА В СОВРЕМЕННОМ
РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ**

Учебное пособие

**Москва
Этносоциум 2013**

УДК 327
ББК 66

Ш.С. Сулейманова, доктор политических наук
Медиаполитика в современном российском обществе
КРАТКИЙ КУРС ЛЕКЦИЙ ПО МЕДИАПОЛИТИКЕ
Учебное пособие для студентов высших учебных заведений

Рекомендовано к изданию
кафедрой Общественных связей и медиаполитики
ИГСУП РАНХ и ГС при Президенте Российской Федерации

Рецензенты:

Зорин Владимир Юрьевич,
доктор политических наук, профессор
Шарков Феликс Изосимович,
доктор социологических наук, профессор

Медиаполитика в современном российском обществе. – М.:
Международный издательский центр «Этносоциум», 2013. – 142 с.
ISBN 978-5-904336-45-5

В учебном пособии излагается содержание курса медиаполитики путем раскрытия базовых категорий. Доступность и краткость подачи материала позволяют оперативно усвоить проблематику. Для углубленного изучения дисциплины предлагаются темы докладов и рефератов, глоссарий, контрольные вопросы и задания. Работа адресована, прежде всего, студентам, а также всем, кто интересуется современной медиаполитикой.

ISBN 978-5-904336-45-5

УДК 327
ББК 66

© Ш.С. Сулейманова, 2013.

© Международный издательский центр «Этносоциум», 2013.

Содержание

Цели и задачи курса	5
Тема 1. Медиасистемы XXI века	8
Ключевые слова и выражения	11
Контрольные вопросы	12
Список литературы.	12
План практического занятия	13
Тема 2. Стратегия и тактика современной Российской медиаполитики	14
Ключевые слова и выражения	19
Контрольные вопросы	19
Список литературы.	19
План практического занятия	20
Тема 3. Глобализация и информационное пространство	21
Ключевые слова и выражения	28
Контрольные вопросы	29
Список литературы.	29
План практического занятия	30
Тема 4. Регулирование деятельности средств массовой информации	31
Ключевые слова и выражения	38
Контрольные вопросы	38
Список литературы.	38
План практического занятия	39
Тема 5. Медиаполитическая система	40
постсоветской России	40
Ключевые слова и выражения	46
Контрольные вопросы	46
Список литературы.	46
План практического занятия	47
Тема 6. Медиавоздействие на целевую аудиторию	48
Ключевые слова и выражения	56
Контрольные вопросы	56
Список литературы.	56
План практического занятия	57
Тема 7. Профессиональные аспекты деятельности СМИ	58
Ключевые слова и выражения	65
Контрольные вопросы	66
Список литературы.	66
Тема 8. Влияние медиаполитики на этнополитические процессы	68
Ключевые слова и выражения	74

Контрольные вопросы	74
Список литературы.	75
Тема 9. Влияние медиаполитики на разрешения межнациональных конфликтов	77
Ключевые слова и выражения	84
Контрольные вопросы	84
Список литературы.	84
План практического занятия	85
Тема 10. Информационные войны и информационная безопасность . . .86	
Ключевые слова и выражения	92
Контрольные вопросы	92
Список литературы.	92
План практического занятия – дискуссии	93
Тема 11. Влияние медиаполитики на миграционные процессы94	
Ключевые слова и выражения	99
Контрольные вопросы	99
Список литературы.	100
План практического занятия - беседы	101
Тема 12. Влияние медиаполитики на систему национальной безопасности России	102
Ключевые слова и выражения	108
Контрольные вопросы	109
Список литературы.	109
План практического занятия	110
Тема 13. Медиавоздействие на управление общественными отношениями	111
Ключевые слова и выражения	115
Контрольные вопросы	116
Список литературы.	116
План практического занятия	117
Тема 14. Медиаполитика зарубежных государств	118
Ключевые слова и выражения	123
Контрольные вопросы	123
Список литературы.	124
Тема 15. СМИ как инструмент геополитики.	125
Ключевые слова и выражения	128
Контрольные вопросы	128
Список литературы.	129
Примерная тематика рефератов и докладов по курсу.	130
Глоссарий	132

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСА

Цель курса:

Цель предлагаемого курса — рассмотреть современное состояние систем и моделей средств массовой информации, прежде всего в наиболее развитых в сфере информационных технологий, а также национальные модели СМИ и профессиональные особенности деятельности журналистов; изучить роль СМИ в XXI веке.

Задача курса — познакомить студентов со спецификой функционирования современных СМИ; изучить особенности функционирования печатных СМИ в политической и общественной жизни; подготовить к практической журналистской работе, связанной со знанием основных реалий современной информационной индустрии.

Содержание курса:

Комплекс вопросов, связанных современным состоянием и основными тенденциями развития СМИ, медиасистем и информационного процесса. Данный курс опирается на знание таких предметов, как «Основы журналистики», «Правовые основы журналистики», «Международное гуманитарное право и СМИ», «Актуальные проблемы современности и журналистика» и ряд других.

Организационно-методическое построение курса.

Курс состоит из лекций и практических занятий. Формат семинара - обсуждение (понимание и критическая оценка) оригинальных статей наиболее ярких представителей современной журналистики, подготовка развернутых ответов на вопросы, предложенные преподавателем для обсуждения. Провести два письменных тестирования на основе пройденного материала и по дополнительной литературе. Студенты должны выступить с докладом на выбранную заранее тему в течение семестра и принять активное участие в обсуждении докладов.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные понятия и концепции современных теорий массовой информации,
- теоретические и практические аспекты функционирования медиасистем России,
- особенности развития СМИ и журналистики исторических и национальных типов,
- ключевые понятия в сфере современных СМИ и журналистики,
- основы журналистского творчества,
- базовые принципы функционирования различных СМИ: печатных, радио, ТВ, Интернет, мобильных,
- основные принципы взаимодействия СМИ, связей с общественностью.

Уметь:

- анализировать теоретический, методологический, практический материал по теме курса,
- планировать и организовывать взаимодействие служб медиа,
- работать как автор и менеджер с базовыми типами текстов и сообщений СМК.

Владеть:

- основами теоретической и практической деятельностью в данной сфере,
- сформированным собственным концептуальным подходом к теме курса,
- навыками мониторинга, анализа материалов СМК,
- практическими навыками написания текстов в базовых жанрах СМИ.

Тема 1. Медиасистемы XXI века (лекция)

План

1. СМИ в XXI веке.
2. Глобальное информационное пространство.
3. Конвергенция глобальных медиаструктур.
4. Трансформация индустрии содержания.
5. Профессионализм и образованность журналиста.

Краткое содержание

Начало XXI века ознаменовалось новыми переменами в процессе развития информационных и коммуникационных структур, оказывающими существенное влияние на медиа-системы. Свободный доступ к Интернету и мобильная телефонная связь – ключевые элементы нового столетия.

Важными аспектами, определявшими пути развития СМИ в конце XX в., были дигитализация - перевод информации в цифровую форму, глобализация и конвергенция с Интернетом, ставшим основным интегрирующим фактором. Сегодня заявили о себе важные нововведения: мобильные телефоны начали демонстрировать свой интегрирующий и конвергенционный потенциал, благодаря которому они, возможно, станут новым важным элементом информационного пространства – в противовес или в дополнение к Интернету. Глобальное телевидение открыло возможности для конкуренции в освещении новостей и международных отношений, особенно в сфере экономики и финансов.

История коммуникационных систем зависит как минимум от шести основных факторов – информационных потребностей, стратегии и технологий коммуникации, потребностей общества, политики, экономики и культуры.

В XXI веке в структуре СМИ произошли серьезные изменения. Однако существенный вызов для коммуникационной структуры, объединенной вокруг Интернета, представляют мобильные телефоны, с преимуществом предоставления сразу двух коммуникационных услуг – доступ к содержанию СМИ, и его передача, что приводит к их настоящей интерактивности.

Интернет стал интегрирующим стержнем глобальной информационно–коммуникационной системы на основе цифровых структур печати, радио и телевидения, а также необходимой составляющей международного глобального пространства, информационных систем, национального глобального пространства и медиаструктур за счет легкого доступа к глобальной паутине и быстрое развитие ее национальных сегментов. Шесть каналов СМИ интегрирует Интернет – кино, радио, телевидение, пресса, телефония и онлайн-медиа. В развитии информационной глобальной системы, это можно определить как вторую ступень. В Интернете развивается сложная единая глобальная и одновременно национально фрагментированная информационно–коммуникационная система, которая может включать индивидуальные сайты, доступные во всем мире.

На рубеже XX и XXI столетий, структура средств массовой информации имеющая в своей основе Интернет, открывает путь информационному обществу, с упрощенным доступом ко всем видам информации в зависимости от наличия компьютера и возможности выхода в сеть. На пути реализации возможностей новых информационных технологий цифровой раскол становится преградой, барьером.

Что касается трансформации содержания индустрии, конвергенция сыграла важную роль, позволив приспособлять свои многочисленные услуги к новым носителям, взаимодействующим в рекламе и пиар-компаниях, вовлекая в качестве

ресурсов содержания сайтов исследовательских институтов, программных компаний, консультантов и данных специализированных банков. Конвергенция сегодня – сердцевина наиболее важных преобразований индустрии содержания, а Интернет, в свою очередь можно назвать его основным хранилищем.

В философии журналистского образования происходили важные изменения в условиях советского тоталитарного строя, потом авторитарного, а затем либерализирующегося, и в период перестройки. Однако главная перемена произошла с отменой ст. 6 советской Конституции о руководящей роли КПСС - с распадом Советского Союза. Возникла новая концепция – предоставление возможности самостоятельно сформировать свои взгляды, свое мировоззрение, свою точку зрения будущему журналисту на различные общественные процессы. На свободе личности, на ее развитии и саморазвитии, на предоставлении больших возможностей для получения знаний, образования, для выработки навыков и представлений о жизни и мире основана новая концепция образования. Все это реализуется в рамках демократической Конституции России, которая предусматривает плюрализм взглядов и свободу творчества, исключает пропаганду войны, расовой ненависти, вражды между народами. Именно в этом проявляются новые качества, новые особенности журналистского образования. Профессионализм остается отличительным качеством образования журналиста. Образованность журналиста – это не только знания, это полнота личности сформированные подходы к жизни, взгляды, основанные на понимании истории человечества, пропущенные через воображение и мозг выдающихся умов.

Воспитание культуры речи было и остается важным элементом журналистского образования. Прежде всего, это относится к преподаванию русского языка. Сегодня необходи-

мо опираться на глубокое восприятие логики, что занимает важное место в процессе обучения.

В постсоветском пространстве обновилась техническая база. Действовать в новом ключе, новом пространстве, новом технологическом контексте заставила журналистику информационная революция. Журналистика вышла в мировое информационное пространство – Интернет, что открыло для журналиста новые возможности. Каждый гражданин должен понимать, как действует, функционирует «четвертая власть», что поможет избежать ее чрезмерного воздействия и использовать ее достижения в интересах общества и отдельной личности.

Трансформационные процессы отличаются от обычной социальной динамики: глубиной и системностью, и меняют не частные, а общие характеристики природы общества. Социетальное трансформационное пространство объединяет и отражает следующие направления: целенаправленное реформирование базовых элементов, полустихийные сдвиги в социальной структуре, слабоуправляемые изменения человеческого потенциала.

Названные трансформационные изменения затрагивают все стороны функционирования масс-медиа, СМИ, потребителей информации, СМИ являются: отражением сициетальной трансформации и «локомотивом» сициетальной трансформации во взаимодействии масс-медиа с социумом.

Ключевые слова и выражения

медиасистемы

СМИ

информационное пространство

глобализация

трансформация

профессионализм и образованность

Контрольные вопросы

1. Функции СМИ?
2. Методы пропаганды СМИ?
3. Место и роль СМИ в политике?
4. Особенности политического влияния СМИ?
5. Политическая коммуникация?
6. Становление медиакратии?

Список литературы

1. Бурдые П. О телевидении и журналистике. - М.: 2000.
2. Василик М.А. Наука о коммуникации или теория коммуникации? К проблеме теоретической идентификации // Актуальные проблемы теории коммуникации. Сборник научных трудов. - СПб. - Изд-во СПбГПУ, 2004.
3. Дзялошинский И. Журналистика соучастия: как сделать СМИ полезными людям. - М.: Престиж, 2006.
4. Засурский Я. Н. Информационное общество и СМИ. // Национальные модели информационного общества. - М.: 2004.
5. Засурский Я. Н. СМИ вступают в эпоху мобильной коммуникации. // К мобильному обществу: утопии и реальность. - М.: Издательство МГУ, 2009.
6. Кодекс профессиональной этики российского журналиста. 23 июня 1994 г. <http://www.ruj.ru/about/codex.htm>
7. Крейг Р.Т. Теория коммуникации как область знания // Компаративистика III: Альманах сравнительных социогуманитарных исследований. СПб., 2008.
8. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М., 2008.
9. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. СПб., 2002.

10. Шарков Ф.И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации. – М., Издательство: Дашков и Ко. – 2010.
11. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике. – М., Издательство: Дашков и Ко. - 2011.

План практического занятия

Занятие 1. Медиасистемы XXI века

Темы для сообщений студентов и обсуждения в аудитории:

1. Современные изменения в структуре СМИ.
2. Новая философия журналистского образования.
3. Глобальное развитие новых информационно-коммуникационных технологий.
4. Новые медиа как площадка для общественно-политических дискуссий.
5. Характеристики и мотивации молодых пользователей интерактивных медиа.

Тема 2. Стратегия и тактика современной Российской медиаполитики

(лекция)

План

1. Распад СССР, необходимость демократизации медиаполитики.
2. Демократизация государственных основ медиаполитики в начале XX в.
3. Медиаполитика России в современном контексте.
4. Политические стратегии медиаполитики.

Краткое содержание

Множество факторов, воздействует на информационную политику государства, его прошлое культура, традиции оказывают огромное влияние. Существенное значение в определении медиаполитики государства на современном этапе приобрели сетевые технологии, веб-комьюнити, нарушившие монополию традиционных коммуникаторов. Постоянно растет, число акторов, распространения информации о происходящем внутри страны, перестал быть монополией имидж государства и его верховной власти, уменьшается факт снижения эффективности управленческого воздействия на него. СМИ зарубежные, различные сетевые сообщества антиглобалистов, хакеров и др. составляют также конкуренцию государству. Медиасреда становится менее прогнозируемой и контролируемой. Наибольший успех в этой системе, а значит и власть символическую, приобретает наиболее действенный актор. Соответственно для государства особое значение приобретает эффективность проведения собственной внешней медиаполитики, определение ее стратегии и тактики.

С середины 90-х гг. в условиях внешнеполитического коллапса, который пережило государство в результате распада СССР, изменения внешнеполитической системы координат начала формироваться медиаполитика России. В информационной области, первым документом, который был призван обозначить сферу национальных интересов России, стала концепция информационной политики Российской Федерации, подготовленная еще в 1995 г., однако она не была принята Государственной Думой. В текст Доктрины информационной безопасности РФ, которая вступила в законную силу в 2000 г. вошли ее основные положения. Атмосфера этих двух документов в целом отражает внешнеполитическую растерянность, которая была признаком характерным для России 90-х. Определенную слабость и пассивность в ситуации внешнего хаоса, демонстрировало государство, соответственно для него основную ценность представляла не столько политика и управление внешними рисками, а просто безопасность от них. Что проходит через доктрину красной нитью.

Широкий перечень угроз и рисков национальной безопасности страны приводится в Доктрине информационной безопасности. Это усиление зависимости всех сфер общественной жизни России от зарубежных информационных структур; стремление ряда стран к доминированию и ущемлению интересов, к вытеснению российских информационных агентств, средств массовой информации с внутреннего информационного рынка России. Разработка рядом государств в мировом информационном пространстве концепций информационных войн, распространение дезинформации о внешней политике Российской Федерации за рубежом. В упомянутом документе отмечается необходимость усиления государственных средств массовой информации, соответственно расширение их возможностей, и разработка

методов формирования информационной политики государственных телерадиовещательных организаций и других государственных СМИ, как способ укрепления информационной безопасности внутри страны.

Дух доктрины информационной безопасности сам по себе противоречит принципам, закрепленным в международных правовых документах, в том числе в Окинавской хартии глобального информационного общества, утверждающей принцип информационной открытости государств.

Официально Россия выбрала путь информационной изоляции во избежание девальвации духовных ценностей и пропаганды образцов массовой культуры, которые противостоят ценностям, принятым в российском обществе.

Отношение власти к внутренним медиа с 2000 года радикально изменилось в сторону контроля над СМИ и доминирования государственной точки зрения в них, в сфере внешней медиаполитики таких перемен пока еще не наступило. Скорее идеологическую функцию сыграла Доктрина, чем нормативно-правовую. Она стала концентрацией взглядов, позиций, по отношению к СМИ, существовавших в правящей элите. Для ее реализации использовались, однако совершенно другие методы.

В бывших республиках СССР серия «оранжевых революций» произвела сильное впечатление на властвующую элиту России. Для нее эти события означали не только возможность сужения собственной геополитической активности, также и возможность потери собственной власти. Более того, данные революции являлись полноценными медиареволюциями, что заставило власть пересмотреть свою информационную политику и перейти от обороны к наступлению.

Серьезный поворот произошел в медиаполитике России. В политическую лексику вернулось понятие «суверенный» и все производные от него. Тезис о недопустимости внешнего

вмешательства, в том числе информационного, во внутренние дела страны является одним из центральных положений концепции суверенной демократии. На производство смыслов и образов, интегрированных в европейские ценности, и указывающих на российские цели должна быть направлена Информационная политика государства.

Основными целями новой культурной политики должно стать утверждение собственных позиций в философском, социо- и политологическом дискурсах. Концепция суверенной демократии в определенном смысле воплощает ностальгию современной России по идеологической притягательности, которая была у Советского Союза.

Согласно внешнеполитической доктрине, мировое развитие – это конкуренция народов. Каждое государство в информационной сфере должно отстаивать интересы собственной культуры, бороться за сохранение собственной идентичности. Если сделать этого, не удастся элите правящей, то возможен вариант ее смены путем оранжевой революции. В данной ситуации страна теряет фактически свой суверенитет, при этом может пострадать ее культурная идентичность.

Для обеспечения конкурентных преимуществ в мире, необходимо обеспечение собственного суверенитета в информационной сфере и его распространение на другие страны. Что фактически означает переход от оборонительной к агрессивной, наступательной стратегии внешней информационной политики России, уделяющей внимание не только отечественным СМИ в стране, но и информированию о происходящем в России других стран.

Медиаполитика России в своем развитии прошла важные этапы, от признания политического бессилья конца 90-х, становления авторитарной информационной системы, осуществляющей саморефлексию и сознающую себя как крепость, окруженную врагами, до формирования наступа-

тельной тактики во взаимоотношении с внешним миром. Такой эволюции во многом способствовал экономический рост, формирование в российской политической элите нового имперского самосознания. В целом путь России в сравнении с другими государствами не уникален. Большинство государств достаточно эгоистичны в полном игнорировании чужой культуры и в отстаивании идеалов ценностей собственной культуры. Что находит отражение во внешнеполитических концепциях медиаполитики этих государств. Ими изначально чужая культура, традиции рассматриваются как угрозы собственной культуре, собственной идентичности. Каждое государство остальным стремится навязать собственную систему координат и ценности. Еще С. Хантингтоном в «Столкновении цивилизаций» был описан наиболее радикальный вариант подобной борьбы.

Признание возможности государства для монопольного символического насилия в информационной сфере есть суверенитет. Эта свобода, безусловно, ограничивается обществом, что не защищает его от возможных искажений информации и необъективной ее передачи. Идентичность собственного государства часто строится в бинарной системе координат (свой – чужой, хороший – плохой), где государствам-конкурентам в информационном поле даются, как правило, негативные оценки, исходя из этого, можно предположить, что реализация агрессивной медиаполитики государств содержит в себе потенциальный источник конфликтности. Данный вопрос особо актуален в эпоху глобализации, когда движимая амбициями национальных политических и экономических элит идет война за утверждение собственной идентичности как внутри страны, так и вне.

Как предполагали многие футурологи, эра всеобщей информационной открытости привела не к сглаживанию национальных различий, а, наоборот, к их обострению. В этой

ситуации российская медиаполитика не уникальна, она, придавая национальный колорит, повторяет основные тенденции современности, особо интонируя положения, наиболее болезненно воспринимаемые российской элитой (суверенитет, необходимость особой формы демократии и т. д.).

Ключевые слова и выражения

демократия
медиаполитика России
национальная безопасность
информационные системы
национальный колорит
дезинформация

Контрольные вопросы

1. Сущность и концептуальные основы медиаполитики в СССР?
2. Изменения внешнеполитической системы координат, начало формирования медиаполитики России?
3. Стратегии и тактики медиаполитики современной России?
4. Первый документ, призванный обозначить сферу национальных интересов России?
5. Концепции информационных войн?
6. Дезинформации о политике Российской Федерации за рубежом?

Список литературы

1. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации, п. 2. п.3. «Российская газета». 28 сентября 2000.

2. Доктрина информационной безопасности РФ, п. 2. <http://podelise.ru/docs/26516/index-3249-1.html>
3. История печати. Антология. Ч. 1. Под ред. Засурского Я.Н. и Вартановой Е.Л. - М., 2001.
4. Малькова В. К. Этничность и толерантность в средствах массовой информации. – М., 2006.
5. Окинавская хартия глобального информационного общества. <http://www.iis.ru/library/okinawa/charter.ru.html>
6. Свободная и ответственная пресса. / Под ред. Макеенко М.И. - М., 2005.
7. Сулейманова Ш.С. Самоопределение народов Северного Кавказа в процессе трансформаций Российской государственности: историко-политологический анализ. – М.: Издательство РАГС. - 2010.

План практического занятия

Занятие 2. Стратегия и тактика современной Российской медиаполитики

Темы для сообщений студентов и обсуждения в аудитории:

1. Информационная политика России.
2. Информационная изоляция.
3. Формирование информационных органов правительства России.
4. Информационная открытость.
5. Внешнеполитическая и международная информация.
6. Медиасреда современной России.

Тема 3. Глобализация и информационное пространство *(лекция)*

План

1. Процессы глобализации.
2. Развитие конституционных основ информационной политики в законодательной сфере.
3. Стратегия развития информационного общества в России.
4. Конституционные основы информационной политики Российской Федерации.

Краткое содержание

Процессы, происходящие в современном мире, демонстрируют взаимосвязь и взаимозависимость глобализации и роста информационно-коммуникационных технологий. Информационные инновации, наряду с техническими и управленческими, не только расширяют возможности управления государством, развития информационного обмена, оказания государственных услуг, но и существенно повышают ценность информации как стратегического ресурса.

Теоретическим и практическим компонентам глобализации, ее тенденциям и доминантам, а также вызовам, порождаемым ею, и возможностям для национальных интересов России особое внимание уделяется в последние годы. Однако при многообразии имеющейся на эту тему специальной, политической, юридической и экономической литературы сложно говорить о сложившемся и устоявшемся определении понятия «глобализация».

Как макромасштабный, многоплановый и внутренне противоречивый процесс можно охарактеризовать глобализацию, нарастание в мировых системах общего: эконо-

мического, политического, социального и правового. Глобализация – процесс объективный, а его материальной основой становится революция в технической сфере, когда возникают совершенно новые виды коммуникаций, информационных технологий и транспорта. Применение этого термина в основном связывается с развитием информационно-коммуникационных технологий, в связи, с чем информационные технологии и использование Интернета являются не только основным объектом глобализации, наряду с финансовой, торговой и транспортной деятельностью. И служат определенным катализатором распространения глобализации, на социальную сферу, занимающую в системе правового регулирования государств.

В особом исследовании нуждается вопрос о влиянии процессов глобализации на правовые аспекты обеспечения информационной безопасности, при построении информационного общества России. Особенно учитывая, что резко ускоряющиеся информационно-коммуникативные процессы глобализации эволюционируют в новое состояние – режим реального времени и в связи с этим возникающие новые общественные отношения нуждаются в соответствующем правовом регулировании.

На международно-правовом уровне правовые, политические и технологические меры, которые направлены на активизацию деятельности международного сообщества по формированию глобального информационного общества, определила впервые Окинавская хартия глобального информационного общества в 2000 году. В этом документе, подписанном главами стран «восьмерки», не было определено понятие глобального информационного общества, а перечислены только его характерные черты, которыми являются наряду с глобальными информационными процессами региональные и внутригосударственные процессы.

Усиление потребностей мирового сообщества в объективной, достоверной и своевременной информации о процессах общественных является одной из особенностей современного этапа глобализации. Соответственно приобретают особое значение, вопросы правового обеспечения информационной безопасности, поскольку они оказывают существенное воздействие на правовые, государственные и политические системы государств, а также на процесс построения информационного общества в России.

Важной составляющей реализации Окинавской хартии и иных международно-правовых документов как показывает зарубежный опыт, является разработка национальных стратегий, программ, направленных на то, чтобы сделать государство более открытым и доступным для общества. При разработке национальных стратегий построения информационного общества в процессе глобализации важную роль сыграли основные этапы Всемирного саммита по информационному обществу в развитии международного информационного обмена (10—12 декабря 2003 г.).

Всемирный саммит по информационному обществу был запланирован как международная конференция и стал итогом ряда подготовительных мероприятий, региональных встреч, переговоров и консультаций. Предложение об использовании информационно-коммуникационных технологий в целях развития было поддержано в Резолюции Генеральной Ассамблеи ООН A/RES/65/141 от 20 декабря 2010 года.

Важные принципы формирования глобального информационного общества, как обеспечение каждому члену общества возможности доступа к любой информации, а также общения с любым иным членом этого общества, принцип информационного суверенитета, принцип равенства каждого члена общества, народа, нации закреплены в Окинавской

хартии. Под информационным суверенитетом в информационном праве понимается господство государства над своими информационными ресурсами и телекоммуникационными системами, информационным пространством, с использованием правовых и технических средств защиты, обеспечивающих их комплексную защиту.

На современном этапе имеет важное социальное значение проблема доступа населения к информационным технологиям, и она обозначена как проблема «цифрового неравенства». Нормальное функционирование общественного процесса и государственного управления способно существенно дестабилизировать «цифровое неравенство» как и социальное неравенство, и влиять на состояние обеспечения информационной безопасности. Однако с начала нового тысячелетия в этой сфере, значительно активизировался нормотворческий процесс символично и то, что Окинавская хартия глобального информационного общества и Доктрина информационной безопасности Российской Федерации были подписаны президентом Российской Федерации в 2000 году. Они нашли свою конкретизацию в Основных направлениях нормативного правового обеспечения информационной безопасности Российской Федерации, одобренных в 2001 году на заседании Межведомственной комиссии Совета безопасности Российской Федерации по информационной безопасности, как доктринальные документы.

Катализатором принятия национальной стратегии построения информационного общества, являются происходящие процессы глобализации и рассмотренные международные документы, и эта трудная работа в 2008 году подошла в России к определенному итогу – разработан документ – «Стратегия развития информационного общества в России», которая 7 февраля 2008 года была одобрена на заседании

Совета безопасности РФ. В данном документе определена национальная стратегия, в определенной степени влияющая на развитие нормативного правового регулирования в процессах становления информационного общества. Это политический документ, разработанный с учетом международных актов, закрепляющий цель, принципы и основные направления государственной политики в области использования и развития информационных и телекоммуникационных технологий образования, науки и культуры, продвигающий страну по пути к информационному обществу. Однако Стратегия – это основа для подготовки и уточнения концептуальных, доктринальных, программных и иных документов, которые определяют цели и направления деятельности органов государственной власти, и принципы, механизмы их взаимодействия с гражданским обществом в области развития информационного общества в России.

Стратегия подготовлена учитывая международные обязательства Российской Федерации, Доктрины информационной безопасности Российской Федерации, опираясь на федеральные законы, нормативные правовые акты правительства Российской Федерации, которые определяют направления социально-экономического развития, повышения эффективности государственного управления и взаимодействия органов государственной власти и гражданского общества в Российской Федерации. В ней также учтены основные положения Окинавской хартии глобального информационного общества, Декларации принципов построения информационного общества и другие международные документы, принятые на высшем уровне по вопросам развития информационного общества. По следующим основным направлениям предусматривается реализация стратегических направлений:

1. В сфере информационных и телекоммуникационных технологий предоставление качественных услуг и обеспечение высокого уровня доступности информации и технологий для населения. Повышение доступности современных услуг в сфере информационных и телекоммуникационных технологий для населения и организаций. Формирования единого информационного пространства, для решения задач обеспечения национальной безопасности; модернизации системы телерадиовещания, предоставления гражданам с низким уровнем доходов льгот и компенсаций.
2. В сфере образования, повышение ее качества, медицинского обслуживания, системы социальной защиты населения на основе развития и использования информационных и телекоммуникационных технологий, предоставление гражданам социальных услуг по всей территории Российской Федерации с использованием информационных и телекоммуникационных технологий.
3. В совершенствовании системы государственных гарантий конституционных прав человека и гражданина в информационной сфере основным направлением определено развитие законодательных механизмов.
4. В реализации Стратегии развития информационного общества в России определены направления и по развитию экономики Российской Федерации на основе использования информационных и телекоммуникационных технологий. А также по повышению эффективности государственного управления и местного самоуправления, качества и оперативности предоставления государственных услуг, взаимодействия гражданского общества и бизнеса с органами государственной власти.

Не менее важными являются и следующие направления: сохранение культуры многонационального народа Россий-

ской Федерации, укрепление в общественном сознании патриотических и нравственных ценностей. А также развитие науки, технологий, подготовка квалифицированных кадров в сфере информационных и телекоммуникационных технологий; развитие системы культурного и гуманитарного просвещения; противодействие угрозам использования потенциала информационных и телекоммуникационных технологий с целью нанесения ущерба национальным интересам России.

Особое значение в Стратегии уделено вопросам международного сотрудничества в области развития информационного общества в связи с возрастающими процессами глобализации. В рамках международного сотрудничества обозначены основные направления реализации Стратегии в области развития информационного общества участие:

- в разработке международных норм права и механизмов, регулирующих отношения в области использования глобальной информационной инфраструктуры, в том числе и по вопросам интернационализации управления сетью Интернет;
- в международном информационном обмене;
- в совершенствовании взаимодействия правоохранительных органов Российской Федерации и иностранных государств в области выявления, предупреждения, пресечения и ликвидации последствий использования информационных и телекоммуникационных технологий в террористических и иных преступных целях, формировании системы международной информационной безопасности;
- в международных исследовательских проектах по приоритетным направлениям развития науки, технологий и техники;
- в сфере информационных и телекоммуникационных технологий в разработке международных стандартов, гармо-

низации национальной системы стандартов и сертификации в этой сфере с международной системой. Поскольку в основе глобализации лежат объективные закономерности технологического и экономического развития ее невозможно остановить. Однако необходима гуманизация глобализации, формирование глобального гражданского общества и его институтов.

В правовом регулировании нуждаются глобальные информационные процессы, в данной сфере принципиальное значение имеет международное информационное право, предметом регулирования которого являются международные информационные отношения. В правовой сфере в определении воздействия глобализации широко распространено употребление термина «интернационализация», подразумевающее сближение политических и правовых систем государств, укрепление их взаимовлияния и взаимодействия. Что вытекает из ч. 4 ст. 15 Конституции Российской Федерации, согласно которой общепризнанные принципы и нормы международного права и международные договоры Российской Федерации являются составной частью ее правовой системы. Следует отметить, что открытость и вовлеченность в международное правовое пространство может иметь и негативное воздействие и даже навязывание идей, моделей, представлений.

Ключевые слова и выражения

глобализация
современный мир
информационное общество
информационные технологии
информационно-коммуникационные технологии
Интернет
технологическое и экономическое развитие.

Контрольные вопросы

1. Правовые проблемы влияния глобализации на построение информационного общества в России?
2. Основные направления развития международного сотрудничества?
3. Использование информационных и телекоммуникационных технологий в процессе глобализации?
4. Регулирование отношений в области использования глобальной информационной инфраструктуры?

Список литературы

1. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации // [Электронный ресурс]. URL: http://www.rg.ru/oficial/doc/min_and_vedom/mim_bezop/doctr.shtml (дата обращения: 18.02.2012).
2. Конституция Российской Федерации (с посл. изм. и доп.). - М., 2011.
3. Материалы Всемирного саммита по информационному обществу размещены на сайте: www.itu.int/wsis
4. Некипелов А.Д. Процесс глобализации и выбор стражами СНГ сценариев социально-экономического развития// Глобализация экономики, региональная интеграция, влияние этих процессов на положение трудящихся государств-участников СНГ.- М., 2002.
5. Okinawa Charter on Global Information Society. [Электронный ресурс]. URL: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/apcity/unpan002263.pdf> (дата обращения: 18.02.2012).

6. Окинавская хартия глобального информационного общества. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iis.ru/library/okinawa/charter.ru.html> (дата обращения: 18.02.2012).
7. Поленина С.В., Гаврилов О.А., Колдаева Н.П., Лукьянова Е.Г., Скурко Е.В. Воздействие глобализации на правовую систему России // Государство и право. 2004. №3.
8. Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН A\RES\65\141 от 20 декабря 2010 года. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.un.org/ru/development/ict/res.shtml> (дата обращения: 18.02.2012).
9. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации от 7 февраля 2008 г. № Пр-212 // Российская газета. Федеральный выпуск. 2008. № 4591. 16 фев.

План практического занятия

Занятие 3. Глобализация и информационное пространство

Темы для сообщений студентов и обсуждения в аудитории:

1. Подходы к определению глобализации.
2. Глобальные вызовы и роль СМИ.
3. Опыт освещения теракта.
4. В работе журналиста-международника элементы глобального медиапорядка.
5. Глобализация и позиция журналистики.

Тема 4. Регулирование деятельности средств массовой информации *(лекция)*

План

1. Право на информацию.
2. Правовое регулирование деятельности средства массовой информации.
3. Общественное вещание.
4. Политика «управляемой демократии».
5. Оценка деятельности средств массовой информации в современном обществе.

Краткое содержание

Одним из основных прав человека является право на информацию, само возникновение данного права обусловлено тем, что информация пронизывает все сферы человеческой деятельности. Право на информацию долгое время не было выделено в самостоятельный институт ни в одной европейской стране, и сам термин «информация» редко использовался. Ситуация изменилась после принятия Всеобщей Декларации прав человека 1948 г. и Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод 1950 г. в соответствии с тем, что внесение норм, закрепляющих право на информацию в национальные законодательства, стало необходимым для их соответствия европейским стандартам. Появлению права на информацию в международном праве предшествовало возникновение и развитие идеи этого права в национальных правовых системах различных европейских государств. Соответственно европейский стандарт сформировался не на пустом месте. В 1766 г. в Швеции был принят Закон о свободе слова и печати, он содержал нормы, гарантировавшие свободу слова и печати, и нормы, закреплявшие

право граждан на доступ к информации, находящейся у государственных органов. Что было прогрессивно для того времени.

В 1949 г. 5 апреля в Швеции был принят новый Закон о печати. Праву граждан на информацию была посвящена вторая глава закона. По сути нормы закона были близки к нормам, регулирующим этот институт права в современных национальных правовых системах. Однако подобные нормативные акты были редкими в странах Европы. В законодательствах большинства европейских государств были и другие нормы, связанные с правом человека на информацию. К ним можно отнести как нормы, регулировавшие свободу слова, печати и выражения мнения, так и нормы, регулирующие вопросы защиты личной, семейной тайны, тайны телефонных, телеграфных и иных сообщений, сведения о личной жизни граждан тоже являются определенным видом информации, распространение которой могут осуществляться только при соблюдении установленных законом условий. К моменту принятия Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод в законодательствах многих европейских государств эти нормы были уже закреплены.

Право на информацию в некоторых странах было закреплено как самостоятельный институт (ст. 20 ч. 1 Конституции Испании от 27 декабря 1978 г., в Законе о доступе к отчетам исполнительной власти 1978 г. во Франции, в Законе о доступе к информации 1985 г. в Великобритании).

Право на информацию в России появилось в 1991 г. с принятием Декларации прав и свобод человека и гражданина. Норма этой Декларации, закреплявшая право на информацию, была использована и в Конституции РФ 1993 г. Право на информацию в бывших советских республиках появилось также в 90-е годы. В некоторых странах оно закреплено как самостоятельный институт права (в Конституциях Казахста-

на от 28 января 1993 г., Туркменистана от 18 мая 1992 г., Эстонии от 28 мая 1992 г., Республики Беларусь от 5 марта 1994, Украины от 28 июня 1996 г.). Одним из основных документов в мировой практике, в которых получила развитие идея права человека на информацию, является Европейская Конвенция о защите прав и основных свобод человека. И до принятия Конвенции эта идея существовала в законодательствах различных государств, однако только в данном документе идея права человека на информацию ясно выражена.

Регулирование деятельности средств массовой информации правовое и экономическое в демократическом обществе не исчерпывает набор средств и технологий влияния общества и государства на медийную сферу. Оно опирается на нормы, правила поведения СМИ, устанавливаемые и охраняемые государством. Часто правовое регулирование отстает от быстро меняющихся реалий развития демократии в России, что естественно, объективно. Естественно, и то, что формальные правила не могут учитывать всех традиций, особенностей российской журналистики, хотя бы в контексте национальной или региональной идентичности прессы.

В современной России ведутся жаркие дискуссии по поводу универсализма рыночного (экономического) регулирования деятельности прессы. Сегодня становится, очевидно, что неограниченная конкуренция не обязательно гарантирует реальный плюрализм мнений и свободу вхождения производителя в рынок. Критики государственного регулирования осознают, что свободу коммуникаций ограничивают рынки коммуникаций, т.е. рыночная конкуренция создает рыночную цензуру.

Если считать средства массовой информации благом общественным, то это благо необходимо защищать и от чрезмерного государственного контроля, и от посягательств на приватизацию со стороны рыночного либерализма. Техно-

логия такой защиты состоит в создании и развитии средств массовой информации как общественной службы. Речь, прежде всего, идет о телевидении, как наиболее мощном средстве коммуникации его влияния на общественное сознание, и как о проводнике интересов государства, бизнеса, третьего сектора и гражданского общества.

Российская демократия молода и прошла определенный путь осознания важности общественного вещания. После распада Советского Союза многие политики, специалисты выступили организаторами многочисленных дискуссий по этому поводу, с участием представителей парламента и правительства России. Делая акцент на пример Великобритании, Франции, Германии изучили различные модели общественного вещания, либеральные демократы. В России сегодня сложилось представление о том, что общественное вещание строится на трех китах: на особом негосударственном управлении, на оригинальной схеме финансирования (без опоры на бюджет государства), на механизме общественного контроля.

В России у сторонников общественного вещания были и есть серьезные оппоненты, они не только среди приверженцев государственного патернализма и рыночного регулирования вещательной сферы. Многие скептики утверждают, что в России нет реальных условий для создания прессы как общественной службы, поскольку не существует развитого гражданского общества. Оптимисты предпочитают, однако действовать и не только в плане агитации за создание общественного вещания.

Что в современной России служит источником оптимизма?

Первое, Россия является членом Совета Европы и обязана следовать европейским стандартам в регулировании медийной сферы. В 1991 году Совет Европы определил - нельзя по-

лагаться исключительно на рыночные силы при организации общественного вещания. Целям общественного служения прессы, противоречат коммерческие цели, поскольку коммерческое вещание нацелено на финансовый выигрыш для чего и создаются телевизионные программы. Общественное вещание создает программы для того, чтобы осуществлять общественное служение. Эти идеи были развиты в 1994 году в Праге на четвертой Европейской конференции, на уровне министров по проблемам в области средств массовой информации. Знаменитая Резолюция «Будущее общественного телерадиовещания», принята на этой конференции, включает общие принципы, политические подходы к организации общественного телерадиовещания.

Второе, в реальной практике российских СМИ тоже были заметны ростки общественного вещания. Например, на раннем этапе государственной телерадиокомпании ВГТРК, на частной телекомпании НТВ (до 1996 года), в практике многих региональных вещательных компаний. У специалистов и независимых наблюдателей немалые опасения вызывает тенденция развития всех этих СМИ как общественных служб. Статус кво, динамика развития отношений в вещательной сфере объясняются общей тенденцией, сложившиеся в сфере массового информирования - усилением влияния государства как главного регулятора СМИ в России. В стране в области СМИ осуществляется политика «управляемой демократии». Результатами ее стали:

- огосударствление СМИ на федеральном и региональном уровне, соответственно невозможна реализация прав граждан на доступ, производство и распространение информации независимо от государства;
- неравенство условий в доступе, производстве и распространении информации для СМИ государственных и негосударственных;

- диспропорции и неразвитость медийного и рекламного рынков, соответственно, экономическая зависимость СМИ от государства и спонсоров;
- широкое распространение заказных публикаций, использование СМИ в информационных войнах;
- разрушение института СМИ и репутации журналиста как основного условия профессионального и коммерческого успеха.

Многие из этих негативных тенденций можно нивелировать или повернуть вспять реальным поворотом СМИ к общественному вещанию считают сторонники концепции развития сферы массовой информации как общественной службы. В январе 2002 года согласованную программу действий приняли либеральные демократы правого толка, правозащитные организации, Союз журналистов России. С намерением лоббировать создание в России института общественного телерадиовещания, способное обеспечить общественный контроль телевидением и радио, создать условия для плюралистичной, социально и культурно ориентированной программной политики, повысит уровень объективности и достоверности информации, распространяемой электронными СМИ.

Недостатки действующего законодательства отсутствие экономической базы, привели к тому, что СМИ в России утрачивают интерес к проблемам и нуждам общества и либо ориентируются на потребности власти, либо отстаивают корпоративные интересы структур бизнеса и политических партий. К росту конфликтов между самими СМИ, особенно усиливающемуся в период избирательных кампаний, привела ангажированность отдельных групп СМИ.

В современной России все чаще звучат голоса в пользу создания эффективных механизмов внесудебного разреше-

ния информационных споров, вызванных низким качеством работы прессы, программой политики вещания. Что заставляет молодую российскую демократию изучать и использовать опыт западной демократии, для которой судебные прецеденты с участием прессы не являются массовым явлением как в России. Этот опыт и стал отправной точкой отсчета для поиска в России.

Выводы:

- в России сегодня существует недооценка значимости общественного и этического регулирования деятельности прессы;
- мотивация саморегулирования отсутствует у журналистской корпорации, превалирует прагматическая потребность обслуживания конкретных политических и экономических интересов. Принципы плюрализма и ответственности при этом не являются определяющими для прессы, крупномасштабными акциями учебного и пропагандистского характера может быть изменена ситуация. Цель акций состоит в прививке мотивации: если пресса не научится сама решать свои проблемы, то это будет делать государство в лице органов прокуратуры и судов;
- отсутствует мотивация в поддержке и одобрении саморегулирования прессы и общественного контроля ее деятельности у государственной власти. Уровень государственного патернализма в сфере массовой информации реально снизить с помощью усиления мер, которые способны обеспечить ответственность российских властей за соблюдение международных стандартов развития прессы и прямых обязательств в сфере информационной политики;
- продвижение России к цивилизованному демократическому регулированию деятельности прессы может обе-

спечить ряд локальных экспериментов на уровне регионов России и в рамках профессиональных корпораций (СМИ и бизнес);

- запустить модель общественного вещания в одном или двух субъектах федерации. Создать, и предложит местным властям механизм финансирования и общественно-го контроля вещания.

Ключевые слова и выражения

средства массовой информации

политика

право

информация

механизмы

общество

демократия

Контрольные вопросы

1. Правовые проблемы влияния на построение информационного общества в России?
2. Основные механизмы деятельности СМИ?
3. Влияние информационных и телекоммуникационных технологий на общество?
4. Развитие новых форм и методов деятельности СМИ?
5. Общественное и этическое регулирования деятельности прессы в современной России?

Список литературы

1. Баглай М.В. Конституционное право Российской Федерации. – М., 2007.
2. Бархатова Е.Ю. Комментарий к Конституции Российской Федерации. – М., 2008.

3. Борисов А.Б. Комментарий к Конституции Российской Федерации (постатейный). С комментариями Конституционного суда РФ. – М., 2009.
4. Голубок С.А. Конституционное право России. – М., 2008.
5. Декрет о печати // Сборник документов и материалов. – М., 1972.
6. Заика Н.К. Правовые основы средств массовой информации. – М., 2007.
7. Засурский Я. Средства массовой информации России. – М., 2006.
8. Конституционное право России. / Под ред. Н.А. Михалевой. – М., 2006.
9. Конституционное право России: Учебник. / Под ред. Е.И. Козловой, О.Е. Кутафина. – М., 2003.
10. Лукашук И.И. Средства массовой информации, государство, право. – М., 2007.
11. Шевченко А.В. Государственная служба и СМИ. Правовое регулирование отношений. – М., 2007.

План практического занятия

Занятие 4. Регулирование деятельности средств массовой информации

Аналитический анализ аудиоматериала дискуссии «круглого стола» по теме занятия.

Темы для сообщений студентов и обсуждения в аудитории:

1. Современная политическая журналистика России.
2. Современный политический комментатор, интервьюер, репортер (на примере одного журналиста).
3. Национальная идентичность в СМИ.

Тема 5. Медиаполитическая система постсоветской России (лекция)

План

1. Влияния СМИ на политический процесс.
2. «Правила игры» в информационном поле.
3. Модель поведения масс-медиа.
4. Медиаполитическая система России.
5. Культурно-идеологические парадигмы.

Краткое содержание

Манипулирование СМИ, воздействие той или иной идеологии на позицию изданий и журналистов — это одна сторона вопроса. Необходимо отметить и влияние технологических законов СМИ на политический процесс в обществе. Если дать определение термину «медиатизация политики», то увидим, что это — процесс, при котором политическая жизнь перемещается в символическое пространство СМИ. Но чтобы понять, как режим работы массовых средств информации стал важнейшим, хотя и неписаным законом публичной политики, проанализируем его подробнее.

Достаточно сложно для неподготовленной массовой аудитории организовать и поддерживать дискуссию о концепциях и политических платформах. В таких условиях политическая борьба трансформируется в череду информационных кампаний. Смысл их сводится к личным нападкам на персонажей, в положительном аспекте олицетворяющих определенные системы взглядов в символическом поле медиа, а в отрицательном — просто членов команды противника. Особо следует отметить влияние телевидения, которое приводит

к персонификации политического процесса, его эмоциональному, во многом иррациональному восприятию. В России медиатизация политики привела к своеобразному соревнованию медиатехнологов и журналистов за выразительное отождествление тех или иных бизнесменов и политических игроков, т.е. к торжеству компромата. Это наиболее очевидный, лежащий на поверхности пример влияния СМИ на политический процесс, но не единственный.

Интенсивно работавший по заказу властей фонд эффективной политики во второй половине 90-х годов, уделял достаточно внимания анализу внутренних технологий сбора и осмысления информации в масс-медиа. Подробно анализировались стереотипные, повторяющиеся реакции СМИ на развитие сюжетов, что позволяло их выделить и ими управлять. Что можно назвать своего рода «правилами игры» в информационном поле, их формирование пришлось на 1996-1997 гг. т.е. это алгоритмы с которыми вынуждены считаться публичные политики, и по которым функционируют СМИ.

Инициатива политического игрока (ньюсмейкера), направленная на сосредоточение смысловых и информационных линий в «центре поля», может сделать его на время «хозяином» ИПД. А остальные игроки и темы СМИ собираются в символическом поле вокруг «лидера». Программа подготовки подобной инициативы связывает ее смысл с другими, на данный момент существующими, темами ИПД, поскольку, она может быть «погашена» более активными темами ИПД не вписавшись в существующее информационное поле. Волну ожиданий порождает кампания по подготовке инициативы. Пропагандистская кампания, удачно проведенная, по подготовке такого поля может сыграть негативную роль, если осуществление самой инициативы не воспринято как удачное, к примеру, команда «молодых реформаторов».

Волну позитивных ожиданий в СМИ вызывает удачный

старт инициативы, однако она, при малейшей неудаче она сходит на нет. И нереализованные ожидания СМИ начинают формировать негативное поле ИПД, в неё втягиваются другие темы. Что вызывает кризис ожиданий. Однако он возникает не только тогда, когда инициатива власти неудачно реализуется, но и в случае, игнорирования властью «советов» и «подсказок», транслируемых СМИ, которые называются журналистами «общенациональными требованиями».

Информационный стресс возникает в результате неожиданных событий, к которым ИПД не была готова, поскольку отсутствовал сформированный комплекс ожиданий, в СМИ. Например, отставкой премьера В.С. Черномырдина 23 марта 1998 г. В подобных ситуациях СМИ начинают искать связи, которые могли бы объяснить это событие; если связи не найдены, СМИ ощущают себя неуверенно. Соответственно такими связями становятся любые значимые в информационном плане события, произошедшие накануне (интервью Березовского и др.). Предыдущее событие теряет способность «держаться в напряжении» с какой-то определенностью, и СМИ начинают поиск других, «истинно важных событий».

Общими стандартами средств массовой информации, как в России, так и во всем мире объясняется возникновение единой модели поведения масс-медиа. При этом сторонники «рыночности» получают возможность частичной реабилитации концепции, поскольку речь идет о стандартах коммерческих СМИ, которые, по определению Дениса Маккуэйла, в конце века становятся глобальной культурой масс-медиа. Даже государственное телевидение и органы информации в политизированных холдингах, участвуя в неизбежной конкуренции за внимание аудитории, принимают эти стандарты. Именно так и происходит формирование информационной «галактики Маклюэна».

Создать настоящий рынок масс-медиа позволяют только

экономически независимые структуры, частная собственность на средства информации, продажа информации ради прибыли, а не в идеологических целях, и эффективное использование информации в качестве товара — писала Е.Ч. Андрунас, предвещая банкротство всех консервативных постсоветских изданий.

В условиях демократии свобода коммуникации, в особенности представительной демократии, предполагает обсуждение противоречивых вопросов с различных точек зрения, и это призвано сохранить и расширить базис политического участия граждан. Если исходить из российской истории масс-медиа, то обратим внимание на стратегии финансово-промышленных группировок и политических кланов, их целью было максимальное воздействие на символическое пространство СМИ через формирование крупных медиахолдингов.

Что касается структуры медиасистемы. Медиаполитическая система — это структура институционализации власти в российских масс-медиа. Что, безусловно, значительно, чем информационная система СМИ, при ее выделении в качестве основного индикатора используем наличие политизированных инвестиций. Помимо собственности на органы информации, рассмотрим характер влияния их на редакционную политику.

Российская информационная система трехуровневая. Первый и важный уровень - электронные всероссийские СМИ, формирующие российское информационное пространство. Соответственно, СМИ первого уровня, хотя и находясь в собственности государства, контролируются политизированным капиталом, К ним можно отнести центральные каналы телевидения, которые принимаются на территории большей части страны, и большинство значимые московские издания. Их значение не так велико, как у всероссийских

электронных СМИ, тем не менее, для политизированных медиахолдингов они являются необходимым дополнительным инструментом, который оказывается эффективным в узконаправленных политических кампаниях, в сочетании с телевидением особенно. Так называемые «газеты влияния» обеспечивают телевидению всю необходимую аргументационную базу по ключевым вопросам дня, и формируют информационную среду, для телевизионных информационных служб.

Второй уровень (печатные и электронные СМИ всероссийского, межрегионального и регионального уровня) - коммерческие издания, теле- и радиокomпании к ним отнесем всю деловую периодику, и коммерческие теле- и радиостанции, имеющие выход в регионы, но не общенациональные по охвату аудитории. Они не привлекательны для политизированного капитала.

Третий уровень системы (региональные электронные и печатные СМИ), которые, как правило, находится под контролем местных администраций.

Четвертый уровень информационной системы — Интернет. Глобальная коммуникационная среда представляющая собой огромный набор коммуникационных каналов, которые также могут использоваться медиаполитической системой (для выброса компромата), если информация в Интернете представляет интерес для публики, она может бесконечно тиражироваться в коммерческих и политизированных медиа. В России развитие Интернета началось не только с энтузиазма рядовых пользователей, но и благодаря мощным инвестициям политических игроков и технологов. Начиная с 1999 г., с приходом в Сеть капитала Интернет начинает развиваться как демократический, но функционирующий по экономическим законам сектор коммуникаций.

Культурно-идеологические парадигмы. Структуру медиаполитической системы, можно разделить на обще-

российские группы СМИ и региональные информационные системы. В России к концу 90-х годов существовало десяток крупных политизированных и коммерческих медиахолдингов, но немногие из них присутствовали в медиаполитической системе, т.е. не могли проводить самостоятельную информационную политику.

Но следует отметить главное в отношении медиаполитической системы, какие бы в информационной политике конъюнктурные изменения ни происходили, в основе каждого холдинга заложена ориентация на ту или иную аудиторию, она выражается в его приверженности определенным системам взглядов и культурным парадигмам. Не зависимо от их формирования — в результате непосредственного влияния политических «патронов» или как следствие исторически сложившейся общности взглядов последнего поколения советской интеллигенции, избранный угол восприятия реальности в дальнейшем выдерживался медиа с определенным постоянством.

По мере того, как исторически институты партии и общественного объединения способствовали артикуляции определенных интересов и как следствие закреплению той или иной картины реальности, медиахолдинги играли аналогичную роль, не требуя ничего в ответ. Лишь с одним условием участия - социализация через информационные и развлекательные продукты этих медиамонопольей, поскольку ощущение реальности задают стратегии поведения и идентификации, лежащие в основе политического выбора.

С государственными СМИ до конца 90-х годов все было сложнее: из-за отсутствия консолидированной позиции исполнительной власти, напряженности в отношениях между правительством и президентом, и козней бывших посредников, к примеру, Бориса Березовского.

Ключевые слова и выражения

масс-медиа
информационная система
коммуникации
модели поведения масс-медиа
манипуляция
политический процесс

Контрольные вопросы

1. Основные этапы развития СМИ в постсоветской России?
2. Факторы развития медиасистем?
3. Структура современной медиасистемы?
4. Уровни структуры российской информационной системы?
5. Концепция информации в теориях современного общества?

Список литературы

1. Андрунас Е.Ч. Информационная элита: корпорации и рынок новостей НТМ – М.: МГУ, 1991.
2. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. Учебное пособие – М.: Аспект Пресс, 2003.
3. Малькова В.К. «Российская пресса и проблемы этнической толерантности и конфликтности» http://mdn2011.web.belti.ru/cntnt/blocksleft/menu_left/nacionalny/publikacii2/stati/vk_malkova.html
4. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – М.: УРСС, 2000.

5. Сулейманова Ш.С. Национальная политика России и СМИ (1990 – 2000): теория и практика. – М.: Издательство РАГС. 2009.
6. Сулейманова Ш.С. Самоопределение народов Северного Кавказа в процессе трансформаций Российской государственности: историко-политологический анализ. – М.: Издательство РАГС. - 2010.
7. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. Издательство: Социальные отношения, Перспектива. - 2005.
8. Шарков Ф.И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации. – М., Издательство: Дашков и Ко. – 2010.

План практического занятия

Занятие 5. Медиаполитическая система постсоветской России

Темы для сообщений студентов и обсуждения в аудитории:

1. Информационно богатые рынки СМИ.
2. Структура газетного рынка и его типология под влиянием тенденций регионализации.
3. Региональная печать. Проблемы и перспективы (регион по выбору).
4. Регионализм в газетной прессе.
5. Региональное телевидение / радио (регион по выбору).

Тема 6. Медиавоздействие на целевую аудиторию (лекция)

План

1. Информационно-психологическое воздействие.
2. Язык власти и власть языка.
3. Речевое манипулирование общественным мнением, стереотипы.
4. Трансформации позиций СМИ.
5. Монополизирование СМИ.

Краткое содержание

Широкий спектр современных средств информирования, как свидетельствует практика СМИ, оказывает все более мощное воздействие как на свободный выбор каждым гражданской позиции, так и на размежевание социальных позиций отдельных групп граждан. Исследователи социально-идеологических проблем обращают внимание на тот факт, что в вопросах «воздействия на сознание» и «манипулирования сознанием» едва ли не главенствующая роль принадлежит речевой форме подачи соответствующей информации.

Намеренно или нет, но СМИ предлагают своей аудитории модели как речевого, так и социального поведения, которые потенциально могут исказить картину мира адресата. Такая «лингвистика убеждения» постепенно становится неотъемлемой частью публицистического дискурса. На этом фоне возникает естественный вопрос о том, в какой мере и с какими целями участники современных информационных процессов прибегают к речевому манипулированию. Под этим термином ученые понимают скрытое информационно-психологическое воздействие с помощью языковых средств, которое нацелено на побуждение человека к действиям, из-

начально не совпадающим с его воззрениями и системой ценностей общества в целом.

Власть языка используется в любых обществах. При сильном демократическом обществе умелое использование языка активно формирует нужное общественное мнение, также является важным средством завоевания и удержания власти. При исследовании функционирования языка в политическом дискурсе с неизбежностью встают две проблемы: *язык власти и власть языка*. Различаются они, следующим образом: язык власти - это то, как говорит, какими языковыми средствами и приемами пользуется власть, и это предмет исследования «чистой» лингвистики. А власть языка – это то, как воздействуют на массовое сознание эти языковые средства и приемы - должны исследоваться политической лингвистикой. Речь политика должна уметь затронуть нужную струну в массовом сознании, его высказывания должны укладываться во множество внутренних миров его адресатов, «потребителей» политического дискурса.

Характерной особенностью речей наших политиков является широкое употребление метафор, которые построены, преимущественно на военной и «больничной» лексике: *битва за избирателя, информационная война, атака на демократию, дипломатические битвы; шоковая терапия, общество находится на пути к выздоровлению, правительственный кризис*.

Следует отметить, что власть языка противоречива. С одной стороны, она, казалось бы, должна быть очевидна любому мыслящему человеку. Ни для кого не секрет, что споры, которые разворачиваются в политике по поводу слов, иногда бывают не менее острыми, чем споры по поводу дел. Например: освещение в СМИ военных действий в Чечне, в 90-е годы те, кто называл чеченцев не террористами или сепаратистами, а сами военные действия не контртеррористической опе-

рацией, а войной, представлялись «чужими», которые были немногим лучше тех же террористов.

Рассматривая элементы языковой игры на примере игры словами политиков, мы проанализируем принципы и способы их использования. Прежде всего, это страна и государство, народ и население, народ и электорат, языковая игра может строиться на изменении семантики слова: народ и население, народ и электорат. В каждой из двух пар слов народ меняет свое значение, приобретая дополнительные смыслы: положительные коннотации в первом случае – «сознательная часть населения», а во втором - «способный не только голодовать, но и думать, выбирать сознательно». Например, слова В.Костикова: «Станем ли мы, наконец, народом, или же по-прежнему будем оставаться населением и электоратом?» [Костиков В. АиФ, №5, 2008].

Как мы уже отметили, СМИ не всегда бывают объективными в своих оценках и комментариях, но они становятся хуже, когда вовлекаются политиками в разжигание, провоцирование и поддержку этнической вражды, мифов и страхов как это случилось в освещении конфликта в Чечне.

Говоря о конфликте в Чеченской республике, мы выделим четыре основных этапа его развития, освещение которых в прессе отличалось. Позиции СМИ зависели от многих факторов: это и объективно меняющаяся реальность, и редакционная политика, зависимость редакции от воли владельца издания, и подготовленность, профессионализм журналиста освещающего события, и ориентация СМИ на мнение, бытующее в обществе и т.д. В свою очередь трансформации позиции СМИ влияют и на изменения взглядов в общественном восприятии.

К примеру, этнические стереотипы чеченцев в сознании граждан России начали формироваться с началом перестройки, развалом СССР. «Отношение жителей страны к чеченцам

складывалось и определялось, прежде всего, конкретным опытом человека, особенно местом проживания. Житель Урала или Москвы о чеченцах не знал ничего. Житель соседних с Чечено-Ингушетией регионов Северного Кавказа имел больше информации и даже претендовал на знание чеченцев, когда в этом возникала актуальная потребность. Скудное знание о чеченцах среди остального населения страны стало благоприятной почвой для формирования античеченских настроений в результате обрушившегося на обывателя информационного потока с начала 1991 года. Приведем несколько заголовков публикаций в СМИ того периода (дудаевский переворот, самопровозглашенная независимость, фальшивые авизо, угоны самолетов в Пятигорске, чеченская мафия и многое другое) [Малькова В.К., 2002, с. 250].

В итоге с начала 1993-94гг. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) устойчиво фиксировал среди россиян высокий уровень ксенофобии в отношении чеченцев по сравнению с другими группами. Выше стоял только обобщенный образ «кавказцы». «Независимая газета» печатает данные Центра общественного мнения *Opinio* на октябрь 1993 года. По результатам удалось выяснить, что из 100 опрошенных, у 32 вообще отсутствует определенное отношение к чеченцам, у 22 оно положительное, а у 40 отрицательное. При этом 44% москвичей, по их признанию, получили сведения, повлиявшие на их отношения, из печати, 41% из передач ТВ. При слове чеченец у опрошенных, чаще всего возникала ассоциация с мафией (46%) и жестокостью (58%).

Негативный образ «чеченца-бандита» в российской прессе стал складываться с начала 90-х годов, когда выходцы из Чечни, активно занимающиеся экономической деятельностью, стали фигурировать в криминальной хронике, милицейских сводках. В очень короткий срок сложился миф о свирепой

чеченской мафии, как одной из самых организованных преступных группировок с жесткой внутренней дисциплиной. Самую громкую известность и освещение получили финансовые махинации с «чеченскими авизо», чеченскими они стали потому, что на банковских платежных документах, которые использовались в межбанковских расчетах в России до 1993 г., стояли чеченские реквизиты [Тишков В.А., 2001, с. 178].

Газеты того времени шокировали читателей масштабами ущерба причиненного «чеченской мафией» казне России. Например, в конце мая 1992 года средства массовой информации облетело сенсационное сообщение: по фальшивым чеченским авизо из Центробанка похищено 36 млрд. рублей. Естественно легкость, с которой из государственной казны украли гигантскую сумму, повергла в шок общество.

«НГ» пыталась исправить стереотип «чеченских авизо» созданный ими же самими: «Виктор Геращенко полагает, что деньги, украденные у государства по фальшивым чеченским авизо, есть столько же оснований называть «чеченскими», как и любыми другими. Они попросту образованы из воздуха, а на фальшивых документах поставлены реквизиты чеченского банка» [НГ 24.07.92].

Еще более шокирующую сумму называет Эмиль Паин в своей статье «Российская политика в Чечне: криминальный режим»: «При активном участии чеченских криминальных групп были организованы с использованием фальшивых кредитных авизо и чеков «Россия» хищения на сумму около 4 трлн. рублей» [Известия 08.02.95].

Говоря о чеченской мафии, авторы стремились показать ее этническое своеобразие, подчеркивая, что жесткость является национальной чертой чеченцев, к примеру: «Криминальные структуры чеченцев существенно отличались от иной оргпреступности. Тейповый уклад жизни сказывался и

на взаимоотношениях внутри структуры. А они изначально строились на принципах строжайшей иерархии и клановых (тейповых) взаимоотношений. Рядовых исполнителей «чеченцы», известные своей природной жестокостью, держали в страхе. Для этого, к примеру, практиковали показательные казни над рядовыми сбытчиками, которые либо сболтнули чего лишнего, либо пытались выйти из дела» [НГ - Регионы 20.07.00]. Автор этой публикации С. Тимченко умело использует методы стереотипизации. Он пишет «известные своей природной жестокостью», тем самым мысль о жестокости всех чеченцев не подлежит сомнению для читателя, не имеющего личного опыта общения с представителями этой этнической группы. Короткий экскурс в историю «тейповый уклад жизни» возвышает автора в глазах аудитории до уровня специалиста. Проводя грань между «чеченцами» и «нашими мафиози» Тимченко выводит чеченцев за рамки понятия «наши» они «чужие». И пусть «наши» тоже бандиты, но они «свои», они намного умнее и вызывают уважение.

Отметим, что наряду со стереотипом «криминальной нации», в СМИ получил распространение и романтический образ чеченца. Российская журналистка Ирина Дементьева описывает свое впечатление о Грозном осенью 1991 в таком романтически-героическом стиле: «На фронтовом здании Совмина в Грозном цитата из Корана: «Сейте мир между вами. Мохамад»... А чуть ниже: «Свобода или смерть!»... Древняя мудрость и юное нетерпение. И на митинге - впереди на стульях сидят степенные старики в папах, а за ними бритоголовая молодежь с горящими глазами и дедовскими ружьями на ремнях» [Известия 02.11.91]. Здесь следует отметить, что молодежь, которая впоследствии участвовала в боевых действиях, слушалась только своих непосредственных командиров и никого более.

Также отметим и то, что криминализация Чечни не имеет ничего общего с национальными особенностями чеченского

народа. Это явление прослеживается на всем постсоветском пространстве. Что касается самой Чечни, то этот процесс с самого начала был, управляем и цель его не только нажива, но и дискредитация идей чеченского суверенитета.

Культ силы, национальной исключительности, несвойственное чеченцам пренебрежительное отношение к другим народам, разжигание этнической ненависти, ставка на низменные инстинкты людей стали содержанием официальной идеологии республики в 90-е, что ярко отражалось в местной газете – «Ичкерия». Монополизировав СМИ, введя запрет и жесткую цензуру на инакомыслие, режим Дудаева начал прибегать к тотальному информационному насилию над чеченским обществом, действуя по принципу: чем неправдоподобнее ложь, тем легче в нее поверит обыватель. Телевидение в ЧР стало своеобразным психотропным оружием. Осуществленное с его помощью идеологическое отравление ядом лжекультуры подрывало нравственное здоровье чеченского общества. Чечня жила идеологией: уголовник, мародер, убийца, на словах ратующий за суверенитет – патриот. Честный чеченец, осуждающий войну, сомневающийся в том, что национал - казнокрады, грабившие и народ, и республику строят независимое государство - предатель, враг народа. Местные газеты старательно разжигали и антироссийские настроения среди жителей республики. К примеру, Сайдаш Бачаев пишет в статье под название: «Рабы, но только чьи?» - До чего же сильно развратила нас безбожная идеология «цивилизованного» мира! По сей день, у чеченцев остаются неизжитыми рабские комплексы, особенно у людей преклонного возраста, которые прошли испытания и унижения «казахстанского плена». Кто как не они должны ненавидеть империю зла и учить своих детей непокорству?! Однако люди старшего поколения отчего-то вбили себе в голову, что если, к примеру, в России есть фармацевтические заводы, то Чечня непременно должна оказаться в составе

России. А иначе Россия не даст нам лекарств и прочего всего необходимого!

О той огромной роли, которую играют средства массовой информации в обществе, говорил бывший министр по делам печати и информации Михаил Лесин: «СМИ - это оружие в той «холодной» гражданской войне, что идет в России. А применение оружия не может вести к смягчению обстановки. Но ни олигархи, ни власть не могут прекратить даже на день бомбардировку сознания граждан. Их сознание должно постоянно находиться в состоянии шока или хаоса. Это резко повышает внушаемость, а ведь главные цели воздействия СМИ - внушение нужных правящим кругам мнений».

В процессе освещения чеченского конфликта стало очевидно, что свободные и независимые СМИ, отражающие и защищающие интересы гражданского общества в России, еще не сложились. У многих репортеров, добывающих новости в условиях конфликта, и у редакторов наблюдалось абсолютное неведение о проблеме.

Чечня все еще остается в центре внимания средств массовой информации России и Европы. Приведем еще один пример, на одном из интернет-сайтов Магомед Ториев в статье «Рамзан-потрошитель» пишет: «Сумел ли он (Р. Кадыров) устранить в самом себе противоречие между российской культурой, которая декларирует свое родство с европейской, и архаичным бытом, категориями которого он мыслит по факту места рождения и воспитания». Как мы видим черное перо журналистов, все еще рисуют мрачные картины и современной Чечни

Отметим, что тон СМИ значительно изменился только с появлением официального заявления, президента В.В.Путина: «клеймо террористов не должно распространяться на весь чеченский народ и что необходимо предотвратить какие-либо беззакония в отношении граждан чеченской национальности».

Ключевые слова и выражения

СМИ
власть
речь политика
информация
общественное мнение
стереотипы
демократия

Контрольные вопросы

1. Трансформация СМИ под влиянием глобализации?
2. Аудитория как фактор трансформации российской медиасистемы?
3. Необходимость медиаполитики?
4. Адаптация медиаформатов в национальных контекстах?
5. Факторы модернизации СМИ?
6. Общественная сфера - СМИ в борьбе интересов?

Список литературы

1. Бачаев С. Рабы, но только чьи? // Великий джихад. №2. декабрь 1998.
2. Дементьева И. // Известия 02.11.91.
3. Костиков В. АиФ, №5, 2008.
4. Малькова В.К. Проблемы этнической журналистики и толерантности // Остановитесь! Оглянитесь! К вопросу об этнической толерантности и конфликтности в российской прессе. – М., 2002.
5. Паин Эмиль. Российская политика в Чечне: криминальный режим. // Известия 08.02.95.

6. Сулейманова Ш.С. Национальная политика России и СМИ (1990 – 2000): теория и практика. – М.: Издательство РАГС. 2009.
7. Тишков В.А. Общество в вооруженном конфликте (этнография чеченской войны). – М.: Наука, 2001.
8. Тимченко С. // НГ - Регионы 20.07.00.
9. Ториев М. Рамзан-потрошитель. // Prague Watchdog 28.03.2009.
10. Шарков Ф.И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации. – М., Издательство: Дашков и Ко. – 2010.

План практического занятия

Занятие 6. Медиавоздействие на целевую аудиторию

Темы для сообщений студентов и обсуждения в аудитории:

1. Основные понятия и концепции современных теорий массовой информации.
2. Проблема журналистского выбора в условиях чрезвычайных ситуаций.
3. Особенности освещения проблемы терроризма в СМИ.
4. Принципы саморегулирования журналистского сообщества в условиях экстремистской и террористической угроз.
5. Социальная ответственность журналиста.

Тема 7. Профессиональные аспекты деятельности СМИ (дискуссия)

План

1. Профессиональные компоненты деятельности журналиста.
2. Профессиональная этика журналиста.
3. Принципы профессионально-этического поведения журналиста.
4. Нарушения профессиональной этики в печатных средствах массовой информации.
5. Журналистика и общественное мнение.

Краткое содержание

Особенность журналистской информации заключается в том, что ее социальная, «человеческая» сущность предстает, подчеркнуто, часто доводится до ободрения идейных и политических противоречий. Это касается всех тематических направлений публикаций. Известно, что новость — существенная категория. Сам по себе факт новостью не является, факт вне отношения к читателю и к другому факту является событием.

Профессиональные компоненты деятельности журналиста

Профессиональная этика журналиста - это совокупность моральных норм, определяющих отношение человека к своему профессиональному долгу. Иными словами это наука, которая изучает профессиональную специфику морали, нравственности, которая выработана обществом, и должна присутствовать в каждом специалисте, работающем с людьми.

К профессии журналистика предъявляются повышенные моральные требования. Как отмечал Д.С. Авраамов: норма – исходная клеточка профессиональной морали. И она определяет общественно необходимые, типичные варианты поведения, поэтому в первую очередь следует рассмотреть нормативный компонент.

Профессиональная этика журналиста

Нравственная норма – ориентир на практике. Механизм нравственных норм выглядит следующим образом: ситуация – оценка – действие – результат. Нормы могут быть обязательными (к примеру, плагиат), допустимыми (менее категорично проверять сведения), дискуссионными (нет единого мнения, к примеру, о допустимости использования диктофона скрыто от собеседника). Содержание норм профессиональной этики журналиста – это кодексы. Формирование профессиональных моральных норм профессии журналиста – непрерывный долгий процесс.

27 октября 1917 г. принят Декрет о печати, в конце которого есть такие строчки: «Как только новый порядок упрочится, для нее (печати) будет установлена полная свобода в пределах ответственности перед судом, согласно самому широкому и прогрессивному в этом отношении закону».

Свобода прессы и отмена цензуры провозглашены после распада Советского Союза в законе «О средствах массовой информации», принятом в 1991 году.

Первый свод этических правил - Декларация принципов поведения журналиста, действующая на международном уровне и принятая в 1954 году. Данный документ дает общие сведения, делая упор на честность журналиста в области приобретения и распространения информации. В России Кодекс профессиональной этики был составлен 3 июня 1994 Союзом журналистов и одобрен Конгрессом журналистов России.

Некоторые статьи кодекса:

1. Журналист распространяет только ту информацию, в достоверности которой убежден, в сообщениях четко проводит различие между фактами, мнениями и версиями.
2. Журналист не должен использовать в личных интересах конфиденциальную информацию; недопустимо сочетание журналистской и рекламной деятельности.
3. Журналист при выполнении профессионального долга признает юрисдикцию только своих коллег, и отвергает попытки давления и вмешательства со стороны правительства и т.д.
4. Профессиональный статус журналиста несовместим с занятиями должностей в органах государственного управления, законодательной или судебной власти и т.д.

Кодексы в основном предписывают, что обязан делать журналист, не нарушая профессиональную мораль. В кодексах также акцентируется внимание то, что нельзя делать. В Хартии телерадиовещания России имеется подпункт действий, несовместимых с нормами цивилизованной журналистики (получение информации обманным путём, зависимость от разных интересов, распространение информации вызывающей панику и беспорядки в обществе). В отличие от других документов, в Хартии, особое внимание уделяется языку эфира, контролю над сценами жестокости, пунктам общественного интереса, чему обязан следовать журналист. Основным элементом в каждом кодексе при небольших различиях, остаётся пункт о правдивом и честном распространении информации, и следовании интересам общества.

Принципы профессионально-этического поведения журналиста

Чтобы добиться максимального спроса и доверия у аудитории, журналист должен придерживаться позиции защит-

ника интересов гражданского общества, и, своевременно предоставлять правдивую информацию. Журналист обязан знать характеристики аудитории, на которую он работает, и стремиться к её уважению.

Эффект передачи может оказаться противоположным задуманному, если журналист, считающий своей обязанностью показывать правду, не отдает себе отчета в том, что представления о правде у разных групп различаются.

- Журналист должен уважать моральные и культурные ценности аудитории.
- Журналист обязан уважать права людей на участие в деятельности СМИ, и выражение своего мнения.
- Журналист должен стремиться укреплять доверие аудитории к СМИ, содействовать открытому диалогу с аудиторией, принимать справедливые претензии и критику своей деятельности.

Что касается телевидения, то здесь необходимо соблюдать более жесткую культуру отношений со зрителем. Существует мнение, каково телевидение – таково и общество, здесь необходимо учитывать большое влияние данного СМИ на аудиторию.

- Журналист не должен инициировать события, не зная, какие последствия за этим последуют.

Автор обязан выполнять следующие профессионально-этические нормы:

Придерживаться непредвзятости в материалах и при выборе персонажей, не допускать злоупотребления своим служебным положением;

Уважать человека как личность. В ходе общения проявлять корректность, такт и выдержку;

Уважать право человека на неприкосновенность частной жизни, не позволять себе вторжения в нее без согласия героя;

Не искажая в материале жизнь героя, помнить, что это – лицо реальное, и быть верным реальности. Помнить, что любая попытка приукрасить или очернить героя будет замечена, и не только осложнит отношения героя с его окружением, но и дискредитирует автора публикации и средство массовой информации, которое журналист представляет;

В материале не допускать пренебрежительные замечания или намеки в адрес героя, не обвинять его, если это и кажется очевидным. Клевета не допустима.

После написания материала, журналист обязан задать себе вопрос: не будет ли ему стыдно после публикации или показа материала? Если ответ утвердительный, то можно считать, что профессиональная совесть у журналиста чиста.

Добросовестность необходима и в отношениях журналиста с источником информации, включая проверку фактов, точное воспроизведение сведений, используемых журналистом из документальных или других источников информации; исключая подтасовку фактов, бездоказательные суждения, вымысел и фабрикацию материалов. Масса недоработок существует в отношениях «журналист-источник информации». Что предполагает противоречивые методы сбора информации, как покупка сведений, подслушивание, скрытые видеосъемки и записи бесед, приём «смены профессии», и вопрос: раскрытия источника. Основные нормы регулирования отношений журналиста и источника информации заключаются в следующем: Законные действия при получении сведений, отступления допускать только в обстоятельствах, при существующей серьезной угрозе общественному благополучию или жизни людей;

Уважать право физических и юридических лиц на отказ в информации, если предоставление ее не является обязанностью, предусмотренной законом, не позволять бестактности, давления, шантажа;

В материалах источники информации указывать во всех случаях, если нет оснований сохранять их в тайне; Если источник информации, не желает чтобы его раскрывали, делать это необходимо по решению суда или в других исключительных случаях;

Просьбу информатора не делать определенные сведения или документы достоянием гласности выполнять во всех случаях, кроме тех, когда информация была искажена намеренно.

Наиболее актуальными отношениями для журналиста являются отношения с органами власти. Журналист должен проявлять уважение к власти.

- Способствовать осуществлению связи между властью и народом.
- Отстаивать право независимости от власти журналистики.
- Отстаивать право общества на доступ к информации о деятельности власти.
- Разоблачать злоупотребления властью.
- Осуществлять справедливую критику, опровергать фактами заявления представителей власти, если они не соответствуют действительности.

Нарушения профессиональной этики в печатных средствах массовой информации

Особое место в типологической структуре современной российской прессы принадлежит общероссийским газетным изданиям. Что объясняется их значимостью для сохранения единого информационного пространства государства, и той

ролью, которую они играют в организации широкого информационного обмена между регионами страны.

Статус «общероссийской газеты» предполагает распространение издания на всей территории страны с целью установления широких социальных контактов. **К лидерам общероссийского рынка относятся: «Аргументы и Факты», «Московский Комсомолец», «Комсомольская правда», имеющие ряд общих черт - советское происхождение, на организационном уровне нет связи с государственными институтами, на принципах независимости строится информационная политика.**

Особенности последних двух изданий заключаются в следующем. «МК» имеет широкую информационную географию (СНГ, мир), утилитарной информации мало. Балансирует на грани «газеты новостей» и «газеты сенсаций», участвуя в своеобразных политических играх. «КП» похожа на «МК» - соответствующая балансировка между качественной и бульварной прессой. Доступность для каждого – является целью данной газеты.

Журналистика и общественное мнение

Журналист – не просто специалист, который записывает происходящее на диктофон или видеокамеру, и выдает в эфир. Он, прежде всего, должен, обладать моральными установками и принципами, формируя свою позицию, в которой представлены профессионально-нравственное отношение журналиста, отражающееся в следующих категориях, как профессиональный долг – обязательства журналиста перед обществом; ответственность профессиональная – зависимость между работой журналиста и последствиями; профессиональная совесть – зависимость между внутренним состоянием специалиста и результатом его деятельности; честь профессионала – зависимость между нравственным уровнем

профессии и отношением общества к ней; профессиональное достоинство – роль профессии в общественной жизни.

Журналистская деятельность постоянно ставит перед выбором, поэтому требует от журналиста постоянных внутренних усилий. Чем руководствуется при этом журналист? Журналист, принимая решение, обязан осознавать ответственность перед человеком и обществом, особенно перед героями своего материала. В статье 51 Закона Российской Федерации о средствах массовой информации запрещается использовать право журналиста на распространение информации с целью опорочить граждан или отдельные категории граждан по принципу пола, возраста, расы или национальной принадлежности, языка, отношения к религии, профессии, месту жительства и работы, и в связи с их политическими убеждениями. Что, означает при написании материала, журналисту необходимо учитывать интересы всего общества, а не только целевой аудитории. Поскольку оценки и субъективная подача информации могут оказать негативное влияние на общество и вызвать недоверие к СМИ. Необходимо помнить о том, что все социальные группы, нуждаются в объективной информации и имеют право на свою точку зрения, без навязывания со стороны СМИ.

Практика доказывает, что современные журналисты не осознают всю меру ответственности, своей деятельности. Доказана гипотеза о том, что наиболее частые нарушения профессиональной этики происходят из-за субъективизма журналиста. Многие авторы, умышленно или нет, искажают объективную реальность для аудитории посредством выражения собственного мнения в текстах. Подобные нарушения можно устранить тогда, когда средства массовой информации получают полную независимость, и будут ставить перед собой цель донести обществу исключительно правду.

Ключевые слова и выражения

журналист
профессионализм
этика
принципы
право
информация
общество
мнение

Контрольные вопросы

1. Сущность и особенности журналистской информации. Информационная функция журналистики?
2. Журналистика как социальный институт страны, ее взаимодействие с другими социальными институтами?
3. Основные профессиональные принципы журналистской деятельности?
4. Проблема объективности в журналистике?
5. Профессиональная этика журналиста?
6. Проблема «журналист и источники информации», допустимые и этически спорные методы получения информации?

Список литературы

1. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста: учебное пособие / Г.В. Лазутина. - М.: Аспект Пресс, 2000. - 240 с.
2. Станько А.И. Становление теоретических знаний о периодической печати в России: учебное пособие / А.И. Станько. - Ростов н/Дону, 1986. - 144 с.

3. Хартия телерадиовещателей РФ: офиц. текст. - М.: «Права человека», 2009. - 4 с.
4. Лавреневская А.С. Объективное и субъективное в очерке (к теории жанра) : автореф. дис. канд. филолог. наук / А.С. Лавреневская. - М., 1989. - 20 с.
5. Аврамов Д.С. Профессиональная этика журналиста: учебное пособие / Д.С. Авраамов. - М., Изд-во МГУ, 1999. - 220 с.
6. Бакштановский В.И., Профессиональная этика / В.И. Бакштановский, Ю.В. Согомонов // Ведомости. Вып. 14: Этнос среднего класса / Под ред. В.И. Бакштановского, Н.Н. Карнаухова. Тюмень: НИИПЭ, 1999. - 220 с.
7. Прохоров Е.П. Правовые и этические нормы в журналистике / Е.П. Прохоров Г.М. Пшеничный, В.М. Хруль. - М., 2004. - 222 с.
8. Дзялошинский И.М. Методы деятельности СМИ в условиях становления гражданского общества: учебное пособие / И.М. Дзялошинский. - М.: Пульс, 2001. - 48 с.

Тема 8. Влияние медиаполитики на этнополитические процессы *(аналитические выступления студентов)*

Вопросы для обсуждения

1. Национальный вопрос в современной России и СМИ.
2. Отражение в СМИ государственно-политических реалий РФ.
3. Национализм и ксенофобия в материалах СМИ.
4. СМИ и межэтнические конфликты.
5. Роль СМИ в разрешении современных конфликтов.

Краткое содержание

Проблемы развития народов и их взаимоотношений, место и роль информационного обеспечения реализации государственной национальной политики в сложном процессе их становления и развития были и остаются актуальными и на современном этапе. В переломные моменты истории это проявляется наиболее рельефно. Опыт радикального реформирования советского общества, сопровождаемого распадом одного из самых многонациональных государств в мире - Союза ССР, образованием ряда независимых государств на его территории, в том числе суверенной Российской Федерации, в полной мере подтвердил это положение.

Масштабные изменения, происшедшие в российском обществе, реформирование социально-экономической, политической и духовно-нравственной сфер жизни народов России начиная с 80-х-90-х годов вызвали неоднозначные и сложные явления во взаимоотношениях между этническими общностями, регулирование которых стало важнейшей стороной деятельности федеральных и региональных структур государственной власти и управления.

Полиэтнический состав населения Северного Кавказа, многовековые сложные и противоречивые межэтнические, и трагические повороты исторических судеб народов региона, неоднозначно отражающиеся в их национальном сознании, различие культур, менталитета, конфессий, не до конца изученные проблемы вхождения народов данного региона в состав Российской империи, особенности геополитической ситуации и другие причины требуют особого подхода к межнациональным отношениям в современных условиях. Здесь необходимо учитывать исторический опыт формирования и развития народов, его влияния на нынешнюю реальную межэтническую и этнополитическую ситуацию. Этим объясняется и то, что достижение и поддержание стабильности, прочного межнационального мира и согласия на Северном Кавказе в Концепции государственной национальной политики Российской Федерации, утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 15 июня 1996 года (№ 909), и в Стратегии национальной государственной политики России на период до 2025 года, утвержденной Указом Президент Российской Федерации 19 декабря 2012 года, (№1666) выделена как узловая проблема, требующая решения.

Безусловно, в средствах массовой информации должно больше внимания уделяться духовной, интеллектуальной сфере и ее носителям. Нельзя недооценивать то, что “духовная сфера” или культурные приоритеты – ключ к тому достижению взаимопонимания, о котором размышлял Л.Толстой в связи с русско-кавказским противостоянием.

Вспомним о том, что кавказская ноосфера или большая кавказская традиция, основанная на онтологически значимых универсалиях, сам феномен “кавказности”, как культурно значимый, соотносятся с идеалом просвещенного кавказца – с идеалом, который предали забвению в игре на понижение, на выталкивание культуры на периферию. Со-

ответственно сегодня необходимо акцентировать идею культурной и интеллектуальной кооперации как оппозиции представлению о конфликтогенном регионе. Напоминать об интегративной сущности культуры, тогда будет формироваться стратегия культурного воздействия на ситуацию, параметры ответа на вопросы-вызовы времени.

Появление в средствах массовой информации неосмысленных, непроверенных данных и выводов сталкивает народы к межнациональным конфликтам, усугубляют их взаимоотношения. Анализ подобных публикаций на историческую межнациональную тему свидетельствует, что их авторы порою забывают о своей высокой ответственности перед историей и народами. В настоящий период, когда Кавказ переживает сложные и неоднозначные процессы требуется особая осторожность высказываний в СМИ.

Проблем, спорных вопросов, которые веками существуют между народами Северного Кавказа, немало. В их освещении важна объективная позиция журналистов, работников средств массовой информации, слово которых может иметь как положительное, так и отрицательное воздействие.

Под информационным обеспечением реализации государственной национальной политики понимается формирование общественного мнения в духе гражданского мира и этнической толерантности. А также распространение знаний о традициях, исторических взаимоотношениях народов России, о принципах современной национальной политики, о правах национально-культурного самоопределения и развития федеративных отношений, о деятельности органов государственной власти в сфере управления национальными отношениями, содействие СМИ в объективном информировании населения об этнополитических проблемах. Важную роль играет налаживание мониторинга межнациональной обстановки в регионах Российской Федерации.

Общественное мнение, выраженное в столкновении между альтернативными системами ценностей, составляет суть политического конфликта, источник развития политического процесса. Формируя и выражая общественное мнение, средства массовой информации вбирают в себя и идеологическое содержание. Поэтому вопросы: какую систему ценностей предложить обществу взамен не оправдавших себя, какую политическую программу обустройства выбрать в качестве приоритетной, на какой основе консолидировать людей разных национальностей - не формальные вопросы. Проблемы формирования общественного сознания особенно ярко проявились в регионально-национальной прессе конца 80-х начала 90-х годов. Это объясняется; во-первых, тем, что в обществе ни одна из социальных общностей так быстро не осознавала своих интересов, как нация и национальная группа и, во-вторых, лидеры национальных движений и общественных партий быстрее всего самоопределились и направили социальный протест в нужное для себя русло. И подчас выступления, высказывания национальных лидеров, их крайне противоречивые суждения по животрепещущим национальным вопросам оказывали как положительное, так и отрицательное воздействие на массы. Характерными в этом отношении могут быть противоречивые и односторонние информации в связи с событиями в Чеченской Республике.

Проблема объективной информации в СМИ стала в определенной степени критерием профессиональной деятельности журналистов. В условиях политизации жизненно важных процессов реформирования общества и тем более коммерциализации деятельности СМИ данная проблема стала исключительно злободневной и острой. На это по праву неоднократно официально или неофициально обращалось внимание журналистов, всех средств массовой информации.

Влияние профессиональных журналистов на развитие наций и межнациональных отношений проявляется также в трудном и постепенном формировании культурной среды любой межэтнической или полиэтнической общности. Удовлетворение духовных потребностей и интересов народов, в конечном счете, во многом определяется именно той культурной средой, создаваемой исторически в течение многих десятилетий или даже веков представителями СМИ. Возникновение и деятельность государственных и общественных социально-культурных служб образования и воспитания, культурно-просветительных и творческих учреждений и организаций (союзов) или средств массовой информации, благодаря функционированию которых создается культурная среда.

Мировая практика демонстрирует значимость и эффективность «миротворческой» функции средств массовой информации, сближающих народы, делающих их доступнее и понятнее друг другу. Соответственно гармонизация межнациональных отношений должна быть одной из приоритетных задач СМИ.

Соблюдение информационной безопасности, повышение информационной культуры позволит в определенной мере регулировать отношения между представителями разных этнических групп. Проблемы информационной грамотности и информационной культуры имеют сегодня международное значение. От их реализации, в конечном счете, зависит не только решение проблем социального развития, но и информационной безопасности общества в целом.

Перед субъектами государственной информационной политики встают проблемы совершенствования взаимоотношений между государством, СМИ и гражданским обществом, между властью и народом; обеспечения информационной

безопасности личности, общества и государства. А также формирования целостного информационного пространства; развития информационных сетей и современных информационных технологий; сохранения и развития фундаментальных духовных нравственных ценностей российского народа, защиты культурного и научного потенциала страны.

В последнее десятилетие прошлого века в России появились независимые, локальные а, порой изолированные друг от друга, региональные рынки СМИ, а вместе с ними и разные подходы к информационной политике. Естественно, при отсутствии единой государственной информационной политики в субъектах Российской Федерации развиваются собственные модели этой политики.

Политика вне СМИ не осуществляется. Политики призваны убеждать ближайшее окружение, оппонентов, сторонников, народные массы. В связи с этим наибольший интерес вызывает та часть коммуникативного процесса, которая осуществляется в расчете на самую широкую аудиторию, обращенная к массам и одновременно к личности каждого индивида, входящего в аудиторию. Именно в этом проявляется политическая власть как способность политиков инициировать общественное обсуждение потенциальных политических споров, влиять на общественное мнение, принимать и проводить решения.

СМИ при включении их в политику выполняют три главных функции: управленческую, политико-пропагандистскую и побуждающую к обратной связи. Функции СМИ тесно взаимосвязаны и переплетены. Внешне они выглядят и как задачи, и как мотивации политика к включению в массовую коммуникацию.

Анализ даже отдельных сторон деятельности журналистов, таким образом, свидетельствует об их незаменимой и

высокой роли в установлении этнополитической стабильности и нормальных межнациональных отношений в таком полиэтническом регионе, например каким является Северный Кавказ. В современных условиях противоречивого и трудного развития, как региона, так и России в целом средства массовой информации должны с большей энергией и эффективностью участвовать в установлении стабильных межнациональных отношений и в использовании материального и духовного потенциала всех наций и народностей, населяющих Россию.

Профессиональная деятельность журналистов, их влияние на развитие наций и межнациональных отношений, как показывает анализ разнообразных источников исследований, осуществляется в сложных условиях проявления социально-экономического и политического кризиса, обострения межнациональных отношений.

Исследование реальных процессов многофакторного и неоднозначного влияния профессиональной деятельности на развитие наций и межнациональных отношений в России показывает, что характер и содержание этой работы во многом зависит от конкретного социально-экономического, политического положения людей и духовно-нравственного климата в обществе.

Ключевые слова и выражения

этнополитические процессы
национальная политика
объективная информация
медиаполитика
общественное сознание

Контрольные вопросы

1. Основные этапы этнополитического процесса в современной России.
2. Концепция национального строительства в современной России, предложенная В.Путиным?
3. В чем заключается сущность общегражданского национального самосознания?
4. В каких формах выступают в России национализм и ксенофобия?
5. Какие эволюционные методы при решении этнополитических проблем представляются возможными, роль СМИ?
6. Особенности регулирования информационных отношений, возникающих при производстве, распространении и потреблении массовой информации в Российской Федерации?

Список литературы

1. Абдулатипов Р.Г. «Национальный вопрос и государственное обустройство России - М.: Слав. диалог. 2000.
2. Абдулатипов Р.Г. «Обустройство народов: российская модель».- М.: Слав. диалог. 1999.
3. Абдулатипов Р.Г. Этнонациональная политика в российской Федерации. - М.: Классикс стиль. 2007.
4. Зорин В.Ю. Российская Федерация: проблемы формирования этнокультурной политики. 2-е изд. доп. М.: Русский мир, 2003.

5. Зорин В.Ю. Национальная политика в России: история, проблемы, перспектива. М.: ИСПИ РАН, 2003.
6. Зорин В.Ю. Государственная национальная политика и современность / Исследования по прикладной и неотложной этнологии, № 225. М.: ИЭА РАН, 2011.
7. Михайлов В.А. Субъективные основы национального движения. – Саратов: Изд. Саратовск. ун-та, 1993.
8. Михайлов В.А., Михайлов С.В.. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества. Сборник научных трудов «Актуальные проблемы теории коммуникации». СПб. - Изд-во СПбГПУ, 2004.
<http://www.abc-globe.com/mihailov-mih.htm>
9. Концепция государственной национальной политики Российской Федерации. Собрание Законодательства РФ. - 1996. -№ 25. - Ст. 3010.
10. Коренев А. А. Информационная политика субъекта федерации. – Дис. – М., 2002.
11. Стратегии государственной национальной политики России на период до 2025 года. Утверждена Указом Президент Российской Федерации 19 декабря 2012 года, (№1666).
<http://xn--d1abbgf6aiiy.xn--p1ai/acts/17165>
12. Сулейманова Ш.С. Национальная политика России и СМИ (1990 – 2000): теория и практика. – М.: Издательство РАГС. 2009.

Тема 9. Влияние медиаполитики на разрешения межнациональных конфликтов (лекция)

План

1. СМИ и общество в новых геополитических условиях.
2. Проблемы освещения конфликта в СМИ.
3. Создание и распространение СМИ этнических стереотипов.
4. Воздействие современных средств массовой информации на конфликт.
5. Роль СМИ в урегулировании межнациональных отношений.

Краткое содержание

Одной из важнейших задач исследования роли СМИ в урегулировании межнациональных отношений является выявление результатов их деятельности в экстремальных условиях развития и урегулирования этнополитических конфликтов и в восстановительный постконфликтный период.

Анализу федеральных и региональных СМИ в урегулировании конфликтов и межнациональных отношений посвящено немало публикаций и выступлений. В них обращается внимание, что в средствах массовой информации ярко проявлялись различные мнения и позиции, в частности, по разрешению чеченского этнополитического конфликта.

Большинство печатных и электронных средств массовой информации в оценке путей урегулирования конфликта исходило из главного приоритета многонационального государства - сохранения его целостности, что зафиксировано в Конституции РФ. СМИ активно отражали также мнения политической и интеллектуальной элиты Чеченской Респу-

блики, которые диаметрально расходились по вопросу самоопределения республики.

Некоторые авторы пытались абсолютизировать право народов на самоопределение, не учитывая геополитические, исторические, культурные предпосылки, а также субъективные интересы политических элит. Так, касаясь проблемы чеченского этнополитического конфликта В. Белоцерковский в своих публикациях абстрактно доказывал, что «свобода самоопределения народов является священным правом». Далее он констатирует: «Чеченский вопрос сейчас можно решить исключительно через признание независимости Ичкерии. Другого решения нет, если не считать решением поголовное истребление чеченского народа». В связи с этим не остается без внимания и толкование автором самого факта признания независимости Чеченской Республики: «Признание независимости Чечни помогло бы установить с ней нормальную границу с визовым и таможенным режимом, начали бы ослабевать враждебность и недоверие к России среди чеченцев и других народов Северного Кавказа. Влияние радикалов в Чечне (и на Кавказе) уменьшилось бы, а влияние умеренных лидеров усилилось.

Безусловно, свободные СМИ могут отражать и личное мнение автора, однако при этом важно, чтобы автор, отстаивая свою позицию, дал прогностическое видение развития такого варианта разрешения конфликта.

Обратим внимание на то, что на фоне рассуждений о характере разрешения этнополитического конфликта, часто ратуя за самоопределение как создание самостоятельного государства в печатных и электронных СМИ, навязывается стереотип бесперспективности России. Обсуждение исторических неудач России идет практически во всех СМИ. Представляемая на страницах газет, Россия - непостоянная и непредсказуемая. К примеру: «...За всю нашу историю в нашей

стране с петровских времен ничего хорошего не произошло. Реформы не удавались. Да и сама Россия, хоть и изменилась, но не так, как хотелось бы. Наша беда в том, что мы исторически не способны себя осмыслить. Поэтому и убиваем реформаторов, не даем им проводить реформы... Мы вообще не очень понимаем: кто мы? Что мы? К тому же, очень заморочили себе голову тем, что «умом Россию не понять», «у нас свой особый путь» (МК. – 2001, 29 янв.; АиФ. – 2001. - №4 и др.).

История и судьба России - страны русских и россиян - волнует разных авторов - журналистов, писателей и поэтов, артистов и политиков. Одной из форм их выступлений на страницах газет являются интервью с журналистами, в которых иной раз направленно рисуется образ России-страдальцы.

Зачастую создается непривлекательный образ русских, также как и других национальностей - «лица кавказской национальности».

Создание и распространение этнических стереотипов или виртуальных образов этносов, народов, стран - одно из важнейших направлений деятельности современных СМИ. Конструирование этнических стереотипов, иногда случайное, но чаще всего целенаправленное, как бы расширяет представления людей об этносах, определенным образом влияя на межэтнические и межгосударственные отношения, на укрепление мира и спокойствия в полиэтнических регионах или, наоборот - на эскалацию межэтнической напряженности и конфликтности в регионе.

Безусловно, внушение читателю подобных стереотипов вряд ли будет способствовать межнациональной толерантности, стремлению их к объединению в едином многонациональном государстве. Огромный просветительский потенциал средств массовой информации в воспитательно-толерантных целях фактически не используется.

Нет сомнения, что проблемы массовых информационных процессов, коммуникационной политики и практики невозможно рассматривать изолированно от анализа противоречий в становлении и развитии новой государственности, межгосударственных и межнациональных отношений. Дискредитировав в ходе реформ старую идеологию, демократические СМИ не могли предложить взамен ничего нового, кроме заимствованных западных стереотипов. Таким образом, многие средства массовой информации превратились в один из главных дестабилизирующих факторов сознания людей и событий в жизни российского общества. Заслуживающие доверия компетентные источники, которые сегодня журналист может и не раскрывать, дают возможность производить их по любому поводу и в любом количестве. В результате дезинформация («деза») стала привычным и, чаще всего - безнаказанным явлением в средствах массовой информации.

Подобное явление, известный ученый А. Чичановский называет «информационным авантюризмом». Он пишет: «Информационный авантюризм - генетический код самой природы журналистики. Но многократно усиленный диктатом пропагандистского аппарата или заинтересованной группировки, он способен нанести непоправимый вред не только едва проклюнувшимся росткам свободы, но и восстановить друг против друга нации и народы, социальные группы, классы, страны и т.д. Вирус информационного авантюризма дает о себе знать в отношениях между бывшими республиками СССР, например: Россией и Украиной, Россией и прибалтийскими странами, в освещении событий в Чечне, Югославии».

Многонациональность, многообразие культур и религий требует уважительного отношения ко всем и соблюдения этнической и религиозной терпимости. Такое отношение было веками характерным для России - поэтому в ней и сохранилось этническое многоцветье. В таких условиях сложной и

ответственной представляется деятельность журналистов, специализирующихся по этнополитической тематике, не говоря уже о тех, кто берет на себя смелость выступить в качестве арбитра во многих сложных и запутанных ситуациях.

Период конца 80-х и начала 90-х годов породил несколько лагерей информации: едва заметный лагерь сторонников целостности государства и экстремистское большинство. Поскольку изображение политического режима предполагает определенные обобщения, СМИ, по сути, получают безграничный простор для достраивания обыденных впечатлений граждан, конструирования искусственных образов институтов власти и приписывания государству всевозможных нормативно-идеологических черт. Поскольку СМИ взаимодействуют в основном со структурами неспециализированного сознания, то они еще больше увеличивают свои возможности идейного влияния на общественное мнение за счет применения приемов гиперболизации сообщений. Придания информации налета сенсационности, а также манипулирования ею, то есть тех приемов, которые прежде всего рассчитаны на так называемый триггер - эффект или - привлечения внимания граждан.

Основной «ходовой» журналистский «товар» на современном этапе - Северный Кавказ. Даже малоизвестные и не особо одаренные журналисты пробуют себя на тематике «мятежного» края. Это дает маленький шанс, что тебя заметят.

Войну в Чечне, особенно ее внутреннюю логику, интенсивность и драматичность, невозможно понять без рассмотрения факторов воздействия современных средств массовой информации на конфликт, ибо это была первая «телевизионная война» на территории бывшего Советского Союза. Нас интересует не столько проблема освещения конфликта в СМИ, а проблема СМИ как участника конфликта. Поскольку профессионалы электронных образов и газетных

текстов создают версию (или версии) конфликта в рыночно-драматических формах и возвращают эти версии самим участникам. При этом, оказывая на последних не просто воздействие, но и подчиняя своим оценкам их поведение порою это оказывается сильнее воинских приказов.

В современных конфликтах средства массовой информации представляют собой огромную силу. Это такой же боевой ресурс, как танки и артиллерия, ибо с помощью телевидения и прессы достигаются такие важнейшие цели, как рекрутирование и боевой дух рядовых воинов и общественная, в том числе международная, поддержка конфликтующих сторон. В период нового цикла военной кампании в Чечне, особенно после удачной съемки подбитого вертолета российского генерала в Дагестане, чеченские командиры, по некоторым сведениям, не выходили на крупные операции без телекамеры, чтобы срочно передавать в эфир кадры очередных своих побед.

СМИ, действующие в рамках демократической плюралистической системы, фиксируют самые разные оттенки мнений и суждений, бытующих в общественном сознании, вследствие этого, доступные для классификации, анализа, оценки репрезентативности. Следовательно, именно эти данные позволяют политикам при сопоставлении с информацией, поступающей по внутренней, закрытой коммуникации, принимать наиболее взвешенные решения. Естественно, при этом повышается ответственность как политиков за своевременное принятие верных решений, так и СМИ - за полную и объективную точную фиксацию исходного материала - всего разнообразия общественных настроений. Это же накладывает определенную ответственность и на общество в целом, от активности или апатии которого зависит репрезентативность переданной по каналам СМИ информации о состоянии общественного мнения.

Гласность и свобода печати в контексте выявления и отображения общественного мнения выступают как факторы демократизации общества и в то же время как обязательные условия ее формирования.

Признавая известный приоритет СМИ в умении угадывать и выделять общественно значимые проблемы, основной смысл деятельности СМИ состоит в том, что они формулируют идеи и проблемы прежде, чем читатели, зрители, радиослушатели могут сделать это сами, хотя они к этому уже готовы.

Равнодействующую можно сформулировать и как единство двух функций СМИ - быть и транслятором, и выразителем общественно значимых идей и мнений.

Формы, в которые облекается публичный разговор в СМИ, уже во многом выработаны практикой мировой и отечественной журналистики. К ним относится: интервью, беседа, реплика, цитата, публикация результатов социологических исследований, прямой эфир, письмо и другие.

Выделенные формы обратной связи появились в журналистской практике в процессе исторического развития. Их устойчивость показательна и дает основания предположить, что и в будущем указанные формы найдут свое применение. Однако, с точки зрения функционирования гражданского общества, максимально приспособленными к ним оказываются электронные СМИ.

Анализ функциональных целей воздействия СМИ показывает, что, в конечном счете, это воздействие сводится к тому, чтобы побудить реципиентов к определенной деятельности, ориентированной на разделяемые данным обществом ценности, к определенному поведению, осуществляемому в пределах выработанных обществом норм. Воздействие СМИ может побудить реципиентов и к такому образу политических действий, который разделяется коммуникатором и стоящей

за ним некоторой организованной группой людей. С одной стороны, коммуникатор может поддерживать и утверждать уже принятые обществом ценностные установки, а с другой - предпринимать меры для их расшатывания, а потом и замены новыми.

Действия коммуникатора могут, как находить поддержку в других средствах информации, так и встречать сопротивление. Подобная «амплитуда» действий СМИ - норма функционирования массовой коммуникации, участники которой всегда будут стремиться к переубеждению оппонентов, привлечению на свою сторону колеблющихся.

Ключевые слова и выражения

СМИ
информация и общество
стереотипы
межнациональные отношения
воздействие СМИ на конфликт
демократия

Контрольные вопросы

1. Как определить национальный вопрос?
2. Что вы понимаете под оптимизацией национальных отношений?
3. Что такое национальное самоопределение?
4. Роль СМИ в современных конфликтах?
5. Роль СМИ в реализации демократии?

Список литературы

1. Белоцерковский В. Двойной стандарт. Россия, проиграв войну в Чечне, проигрывает и мир. – Независимая газета. – 1998, 4 марта.
2. Грабельников А. «СМИ ... против общества». - М. -1997.

3. Закон Российской Федерации 17.06.1996 № 74-ФЗ «О национально-культурной автономии» // Собрание законодательства РФ (1996).
4. Здравомыслов А. Г. Межнациональные конфликты в постсоветском пространстве. М., 1997.
5. Конституция Российской Федерации. Принята на референдуме 12 декабря 1993 года. М., 1994. Ст. 5.
6. Социальная и культурная дистанции: Опыт многонациональной России / Отв. ред. Л. М. Дробижева. М., 1998.
7. Сулейманова Ш.С. Национальная политика России и СМИ (1990 – 2000): теория и практика. – М.: Издательство РАГС. 2009.
8. Чичановский А. «В тенетах свободы. Политологические проблемы взаимодействия властных структур, СМИ и общества в новых геополитических условиях». - М. -1995.

План практического занятия

Занятие 9. Влияние медиаполитики на характер разрешения межнациональных конфликтов

Аналитический анализ аудиоматериала дискуссии «круглого стола» по теме занятия.

Темы для сообщений студентов и обсуждения в аудитории:

1. Какие национальные проблемы существуют на сегодняшний день в России?
2. Как организована защита прав национальностей России и как идет противостояние национализму?
3. В чем сущность культуры межнационального общения?
4. В чем связь национализма с патриотизмом и национальным сознанием?
5. Какова роль СМИ в предотвращении национальных конфликтов?

Тема 10. Информационные войны и информационная безопасность (лекция)

План

1. Информационная безопасность.
2. Информационные войны.
3. Угрозы информационной безопасности России.
4. Информационная безопасность как компонент национальной безопасности.
5. Социальный контекст информационной безопасности.
6. Современные информационные технологии.
7. Экологические проблемы в структуре информационной безопасности.

Краткое содержание

Информационная безопасность – важнейший компонент национальной безопасности и является системообразующим фактором практически всех сфер его жизни. Оказывает определенное влияние на состояние многих составляющих национальной безопасности: политической, экономической, оборонной, социальной и т.д. Информационная безопасность и сама выступает составной частью национальной безопасности, значение которой с каждым годом неуклонно растет.

Социальный контекст информационной безопасности. Социальная безопасность имеет многоаспектный характер. В России на современном этапе она определяется наличием негативных процессов в обществе: рост преступности, расслоение общества на богатых и бедных, рост безработицы, снижение уровня жизни, разрушение старой системы образования, падение престижа науки, ухудшение отношений между людьми....

Конституция, государство, президент и другие институты государственной власти должны быть гарантом социальной защищенности граждан. Главные объекты социальной безопасности – личность и общество, социальные интересы и социальные отношения, права на получение и использование соответствующей информации, с учетом информационного аспекта, и система формирования общественного сознания. Глобальными процессами, которые характерны сегодня для социально-экономического развития мира, объясняется особая роль информационной безопасности. Соответственно информационная безопасность может рассматриваться как важнейший компонент национальной безопасности, «пронизывающий» все остальные виды безопасности.

В Доктрине информационной безопасности Российской Федерации, проблемы информационной безопасности государства освещены достаточно полно. Рассмотрим одну из них, проблему информационных войн - действия, предпринимаемые с целью достижения информационного превосходства путем нанесения ущерба информационной сфере противника и обеспечения собственной информационной безопасности.

Проблемы информационной безопасности, порождает информатизация общества главные из них – проблема информационных войн. Она носит глобальный характер, а для России приобретают особую остроту, что обусловлено ее геополитическим и экономическим положением. Информационные войны ведутся с помощью информационного оружия, что по эффективности сравнимо с действием оружия массового поражения. По мере развития информатизации формировались идея использования и материальные основы современного информационного оружия.

Базовые научные, технологические и экономические предпосылки для возникновения и совершенствования но-

вого типа информационного оружия создали развитие телекоммуникационных и информационных сетей, компьютеризация различных сфер общественной жизни, создание баз и банков данных, широкое внедрение новейших информационных технологий и превращение профессии программиста в престижную и массовую специальность. И в то же время уязвимыми по отношению к информационному воздействию сделали объекты управления и связи, энергетики и транспорта, а также банковскую систему.

Совокупностью средств, методов и технологий, обеспечивающих возможность силового воздействия на информационную сферу противника, с целью разрушения его информационной инфраструктуры, систем управления государством, снижения обороноспособности является информационное оружие.

Широта воздействий, выбора места и времени применения, скрытность, эффективность и отсутствие правовых ограничений на использование делают информационное оружие универсальным, опасным средством вооруженной борьбы. Оно может использоваться и в мирное время. А подобные закладки не позволяет практически выявить сложность современных программных средств. Все мировое информационное пространство, является театром военных действий при ведении информационных войн, в процессе дальнейшей информатизации разрушительная мощь информационного оружия будет только усиливаться. В условиях существования монопольного положения в информационной сфере небольшого количества стран, информационные войны, способны вызвать национальные, региональные и мировые информационные катастрофы, а их разрушительные последствия для мировой цивилизации будут не менее губительны, чем последствия ядерных катастроф. В глобальном контексте угроза информационной войны есть фактор скрытого военно-

политического давления и запугивания, а также фактор, способный подорвать существующее равновесие на мировой политической арене нарушить стратегический паритет.

Угрозы информационной безопасности для России приобретают особую значимость в связи с ее геополитическим и экономическим положением, хотя проблемы информационной безопасности и являются глобальными. Внутренние и внешние угрозы делятся на информационные, программно-математические, физические и организационные по способам их воздействия (реализации).

Физические угрозы связаны с воздействием физическим (уничтожение, повреждение, хищение) на информационные системы и их элементы, сигнальным перехватом информации в каналах передачи или в служебных помещениях и т. д.

Информационные угрозы реализуются несанкционированным доступом к информационным ресурсам, их хищения в целях противоправного использования и негативного манипулирования информацией (дезинформация, искажение информации, ее сокрытие), нарушения технологии обработки информации и т. д.

Программно-математические угрозы реализуются внедрением компонентов в аппаратные и программные системы, выполняющих функции, не описанные в документации на эти системы, соответственно снижающие эффективность их функционирования, разработки и распространения программ (вирусов, «троянских коней» и др.), и нарушающих функционирование систем, в том числе систем защиты информации.

К угрозам организационным, прежде всего, следует отнести, слабую правовую базу обеспечения информационной безопасности. Правовое обеспечение информационной безопасности на региональном уровне практически отсутствует.

В информационном пространстве с позиции информа-

ционной безопасности наиболее типичными являются две опасности:

- контроль (извлечение) информационных ресурсов государства - информационная разведка (шпионаж). Сферой деятельности многочисленных разведывательных служб было и остается информационное пространство. Информационная разведка на современном этапе может быть реализована двумя путями: проникновением в информационные и управляющие системы - несанкционированным; за счет активного участия зарубежных фирм в создании информационной структуры России - легальным путем. Кроме негативных последствий, связанных с тем, что информационные ресурсы страны оказываются под контролем соответствующих иностранных структур, соответственно наносится прямой урон экономике – остаются без собственных заказов отечественная наука и производство;
- угроза дезорганизация информационных ресурсов элементов государственных структур или их разрушение. Такие воздействия могут осуществляться и в мирное время, учитывая современный уровень развития информационных технологий. Что чревато разрушением ценной для государства информации, искажением ее, или внедрением негативной информации в целях дезорганизации или принятия неправильных решений на соответствующем уровне государственного управления.

Следует отметить, что компьютерные сети становятся одним из основных средств информационного общения. Поэтому особого внимания требует безопасность компьютерных сетей, которые позволяют объединить и совместно использовать большой объем информационных ресурсов локального и глобального масштаба. И их огромные возможности вступают в противоречие с проблемой обеспечения

защиты информации. Что необходимо учитывать при создании и развитии как локальных, так и глобальных компьютерных сетей.

Одна из важнейших глобальных проблем современности – **экологическая безопасность**, связанная с защитой интересов личности, общества и государства от потенциальных и реальных угроз. На сегодняшний день сохраняется определенная закрытость процесса формирования экологической политики страны, она ведется без достаточного информирования научной общественности. И не всегда ясно, в числе приоритетов деятельности законодательных и исполнительных органов России значится ли экология или экологическая проблема используется спекулятивно в борьбе за власть между отдельными группировками, или в предвыборных баталиях. Более того, широкие слои населения недостаточно осведомлены об угрозах и источниках экологической безопасности, о последствиях экологических бедствий и катастроф и т. д.

Угрозы информационной безопасности России подразделяются по общей направленности (угрозы конституционным правам и свободам граждан, духовной жизни общества, информационной структуре, информационным ресурсам) и по способам воздействия (информационные, программно-математические, физические и организационные).

Информационная безопасность в современном обществе является важным компонентом национальной безопасности. От нее в значительной степени зависит уровень экономической, оборонной, социальной, политической и других видов безопасности.

В теории и практике информационной безопасности следует выделить два направления: защита информации и информационно-психологическая безопасность. Условия для обеспечения психического здоровья отдельной личности

и населения страны в целом, надежного функционирования государственных и общественных институтов, и формирования индивидуального, группового, а также массового сознания, нацеленного на прогрессивное развитие общества, создает информационно-психологическая безопасность. Информационная безопасность – залог устойчивого развития экономики и общества.

Ключевые слова и выражения

информационные технологии
информационная безопасность
угрозы информационной безопасности
информационные войны
информационное пространство
социальный контекст

Контрольные вопросы

1. Современные информационные технологии и информационные войны?
2. В чем проблемы информационной безопасности?
3. Каковы угрозы информационной безопасности России?
4. В чем компонент национальной безопасности России?
5. В чем залог устойчивого развития экономики и общества?

Список литературы

1. Геополитика и национальная безопасность: Словарь основных понятий и определений / М. И. Абдрахманов и др. - М., 1998.
2. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации. - М., 2002.

3. Информационно-психологическая безопасность (определение и анализ предметной области). - М., 1997.
4. Оценка эффективности систем защиты информационных ресурсов / Д.С. Черешкин, В.А. Гадасин, О.И. Елизаров и др. - М., 2000.
5. Смолян Г.Л. Сетевые информационные системы и проблемы безопасности личности // Информационное общество. 2001. № 1.
6. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. Издательство: Социальные отношения, Перспектива. - 2005.
7. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике. – М., Издательство: Дашков и Ко. - 2011.

План практического занятия – дискуссии

Занятие 10. Информационные войны и информационная безопасность.

Темы для сообщений студентов и обсуждения в аудитории:

1. Набор средств информационного оружия.
2. Свойства информационной сферы.
3. Невоенные средства воздействия на инфосферу.
4. Виды информационного оружия (dezориентирующих, dezинформирующих, dezорганизующих, destabilизирующих, разрушающих, подавляющих и др).
5. Задачи обеспечения информационной безопасности страны.

Тема 11. Влияние медиаполитики на миграционные процессы (лекция)

План

1. Коммуникативно-информационные основы миграционной политики.
2. Единство миграционной и информационной политики.
3. Коммуникативно-информационные механизмы миграции.
4. Динамика развития миграционной и информационной политики в России.
5. Коммуникативно-информационный анализ.

Краткое содержание

Если рассмотреть с позиций социально-информациологического подхода, на основе социо-коммуникативного анализа с применением социосинергетической парадигмы в коммуникативной сущности миграции раскрывается содержание понятий «миграция», «мигранты», «коммуникация», «адаптация», «межэтническая адаптация» и др.

На основе синтеза понятий «миграция» и «коммуникация» выводится понятие «миграционная коммуникация». Отметим разные по степени устойчивости связей, общения, отношений, информационного обмена виды и характер такой коммуникации. Это *внешняя миграционная коммуникация* (перемещение на территорию другой страны) и *внутренняя коммуникация мигрантов* (перемещение внутри своей страны). При трансформации первой во вторую образуется новая коммуникация – *адаптационная*. Политико-информационный критерий – лежит в основе первого и этни-

ческий, языковой, информационный в основе второго вида.

Среди населения страны создается *«миграционное напряжение»*, переходящее в *напряжение межэтнической коммуникации*, вызывающей разные фобии. Усиление этого напряжения вызывает потребность в регулировании, в упреждении растущего недовольства и возможных взрывов в социуме. Для чего государству необходимо развитие специальной направленности миграционной политики. А для ее эффективности, необходимо включение таких регулирующих государственных механизмов, которые были бы идентичными сущностным свойствам, внутренним механизмам, законам коммуникации в целом и миграционной коммуникации как ее специфического вида. Иными словами, в формировании и реализации миграционной политики необходимо достижение коммуникативной и информационной идентичности. Выявляя коммуникативную сущность миграции, определяя причинно-следственные факторы, образования миграционных процессов и отношений выделим три аспекта понятия «миграция»:

- миграция – это *связь и контакт* одного человека с другим, одной этнической общности с другой;
- миграция – это процесс перемещения, передвижения, в результате которого складываются определенные *отношения* как внутри миграционной группы, так и между ней и принимающим этносом. Отношения, это результат развития связей,
- миграция всегда объективно развивается как общение. Общение, прежде всего, социально-психологический феномен. Миграция коммуникативная, сопровождается социальным общением, отражающимся в социально-психологической информации и требующим применения соответствующих методов изучения. Развитию контактов, связей, процессов, отношений и общения способ-

ствуется обмен информацией. В результате образуются *коммуникативно-информационные отношения*.

Плодотворность применения социосинергетической парадигмы к исследованию миграции объясняется тем обстоятельством, что базовые ее понятия (самоорганизация, диссипация, флуктуация, бифуркация и др.) способствуют пониманию *коммуникативной природы* образования миграционных потоков, формирования этно-миграционных общностей, и их взаимодействия.

Миграция – это взаимодействие, взаимоотношения между этносами, нациями, народами, часто обусловленные и сопровождаемые характером *политической и социальной коммуникации*.

В миграционных процессах существенную роль играют «ментальная память» и «ментальная информация». Единство процессов этногенеза, культурогенеза и социогенеза и выявление в них мотивационных детерминант, механизмов миграции показывает, что на практике необходимо достижение единства политики миграционной, социальной, культурной и информационной.

Рассматривая *единство миграционной и информационной политики*, проанализируем понятия «власть», «информационная власть» и «духовная власть» применительно к «миграционной, демографической политике», обосновывающие единство миграционной и информационной политики.

Государственная информационная власть - это способность и возможность субъектов политики воздействовать на сознание, психику людей, их поведение и деятельность с помощью коммуникации и информации в интересах государства и гражданского общества.

Миграционная политика - система властных отношений, направленная на регулирование межэтнического, межнационального взаимодействия людей в результате перемеще-

ния, переселения того или иного этноса на иноэтническую территорию или территорию своего этноса.

Социальная миграция - перемещение этно-социальных групп внутри одной страны.

Органически связана с миграционной политикой *демографическая политика*. Миграционная и демографическая политика – часть и направление – национальной политики, как системы организационно-политических, правовых, социально-экономических, духовно-нравственных, культурно-просветительских мер, направленных, на налаживание демократического диалога государства со всеми этносами, национальностями во имя самобытного развития всех народов страны, укрепления их сплоченности в едином государстве, в духе равноправного сотрудничества. Не продуманная национальная политика порождает слабую миграционную политику. Это особо проявляется при отсутствии ее единства с федеральной, региональной медиаполитикой.

Миграция, миграционная политика имеют коммуникативную природу и развиваются при обмене информацией, где медиакоммуникации, СМИ играют существенную роль, что ставит актуальную задачу обеспечения средствами политической коммуникации и информации *этнической и информационно-идентичности*. Современная журналистика встроена в этнокультурные процессы, в процессы миграции и соответственно является важным инструментом реализации миграционной и информационной политики. На постсоветском пространстве сформировалось новое направление – этническая журналистика, как особый вид журналистской информации.

Миграционной становится освещающая проблемы миграции журналистика, а материалы СМИ об особенностях миграционных процессов, правомерно называть *миграционной информацией*.

Учитывая значимость роли СМИ в «этническом ренессансе» нельзя не учитывать и взрыва комплексов из сферы «этнического бессознательного», в результате чего появились наряду с «этническим ренессансом» и негативные явления: сепаратизм, национализм и шовинизм, различные фобии. При эффективной миграционной и информационной политике необходимо обеспечение идентичности между динамически изменяющимся этническим пространством и информационным пространством.

Коммуникативно-информационные механизмы миграции - онтологические аспекты миграционной политики: сущностные связи; явления, обеспечивающие эти связи; факторы, вызывающие изменения в тех или иных явлениях; принципы развития явлений; зависимости, выражающие определенные тенденции; характер действия и взаимодействия политических, социальных сил и т.д.

К механизмам миграции информационно-коммуникативной природы относятся: социализация, адаптация, глобализация и антиглобализация, вестернизации и девестернизации. А также механизмы информационной и этнической толерантности, рефлексии и идентификации, саморефлексии и самоидентификации, достижения миграционной идентичности, психоаналитические механизмы - убеждение, подражание, трансферт и т.д.

На проявлении объективных механизмов коммуникации и сознательной, целенаправленной системы управления информационно-коммуникативными процессами, отношениями и технологиями основано обеспечение единства в формировании эффективной миграционной и информационной политики.

Коммуникативно-информационный анализ предполагает выработку целенаправленных практических рекомендаций по предупреждению возможных конфликтов при

усилении межэтнического напряжения. При организации миграционной и информационной политики главное, делать ставку на общие фундаментальные ценности коренного населения и всех диаспор. Для чего необходима психограмма национального состава определенного региона. Совокупность общезначимых ментальных ценностей (принципы социальной справедливости, коллективизм, взаимовыручка, доверительность и т.д.) является стержнем миграционной, и информационной политики.

С помощью информации необходимо на всех уровнях российской власти, в соответствии с законами развития экономических, политических, социальных, миграционных, информационно-коммуникативных процессов выстраивать адекватную систему политического управления.

Ключевые слова и выражения

медиаполитика
миграционная политика
миграционные процессы
механизмы миграции
информационный анализ

Контрольные вопросы

1. Миграционная политика: «эффект колее»?
2. Миграционная политика»: социально-экономические последствия?
3. Механизмы реализации миграционной политики в современных условиях?
4. Взаимодействие принимающего населения с иноэтничными мигрантами?
5. Проблемы реализации миграционной политики в российских условиях?

Список литературы

1. Волох В.А. Формирование и реализация государственной миграционной политики Российской Федерации в сфере вынужденной миграции и предоставления убежища. Монография. // М.: Издательство «Спутник+», 2009 – 184 с.
2. Воробьева О.Д.. Миграционная политика.// Миграция населения. Вып. 6. – 2001.
3. Дмитриев А.В., Назарова Е.А. Миграционные проблемы Москвы. Социологические очерки. – М. Издательство: Альфа-М. – 2011.
4. Ефимов Ю.Г. Миграция в современном политическом процессе // Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора политических наук. - Ставрополь – 2007.
5. Мкртчян Н.В.. Миграционная политика РФ есть ли стратегия? // Миграция и внутренняя безопасность. Аспекты взаимодействия. / Сб. материалов IX Международного семинара по актуальным проблемам миграции, 23-24 июня 2003г., – Москва.
6. Мукомель В.И. Миграционная политика России: Постсоветские контексты / Институт социологии РАН. – М.: Диполь-Т, 2005.
7. Назарова Е.А. Социальная адаптация вынужденных переселенцев и беженцев в контексте современной миграционной политики России: социологический анализ. – М. Издательство: МГСУ «Союз». 1999.
8. Назарова Е.А. Миграционная политика Российского государства –М. Издательство: РАГС . 2009.

9. Путин В.В. Демократия и качество государства // <http://www.putin2012.ru/events/187>
10. Рыбаковский Л.Л.. Миграция населения (вопросы теории).- М. 2003.
11. Тишков В.А. Этнология и политика. Научная публицистика. – М. Наука 2001.

План практического занятия - беседы

Занятие 11. Влияние медиаполитики на миграционные процессы

Аналитический анализ аудиоматериала дискуссии «круглого стола» по теме занятия.

Темы для сообщений студентов и обсуждения в аудитории:

1. Миграционные процессы в постсоветской России.
2. Концепция миграционной политики РФ.
3. Особенности миграций в условиях глобализации.
4. Проблемы современного регулирования миграционных потоков.
5. Социальные практики реализации «новой миграционной политики»: право, правоприменение, процедуры.
6. Общественные настроения как фактор миграционной политики.

Тема 12. Влияние медиаполитики на систему национальной безопасности России *(лекция)*

План

1. Национальная (государственная) идеология и безопасность России.
2. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации.
3. Национальные интересы России в информационной сфере.
4. Информационное оружие.
5. Национальная безопасность как фактор развития.

Краткое содержание

Термин «безопасность» в последнее время стал популярным. В выступлениях политиков, прессе, программах политических партий и движений часто используются термины «государственная безопасность», «национальная безопасность», «региональная безопасность». Такое обилие формулировок способствуют изменению сущности понятий, в интересах определенных политических сил при помощи манипулирования общественным сознанием.

Человечество вступило в XXI век в радикально изменившихся геополитических условиях. Произошло крушение bipolarной системы международных отношений, в которой поддерживался определенный баланс сил, позволявший сохранять общую международную безопасность. Две взаимоисключающие тенденции, возобладают в мировом развитии:

- первая проявляется в укреплении политических и экономических позиций значительного числа государств и их интеграционных объединений, а также в совершенство-

вании механизмов многостороннего управления международными процессами, в становлении многополярного мира;

- вторая проявляется через попытки создания структуры международных отношений, которая основана на доминировании в международном сообществе развитых западных стран при лидерстве США. Она рассчитана на односторонние, военно-силовые, решения проблем мировой политики в обход основополагающих норм международного права, и формирование однополярного мира, обеспечивающего выживание «золотого миллиарда» за счет природных ресурсов и населения других стран.

Перспективы и состояние развития современной военно-политической обстановки определяются и качественным совершенствованием средств, форм, способов вооруженной борьбы, увеличением ее пространственного размаха и тяжести последствий, распространением на новые сферы.

Негативные изменения произошли на сегодняшний день в морали, психике и духовной сфере общества. Чему способствовали деидеологизация, отсутствие скрепляющей наднациональной идеи. Соответственно результат, нравственная дезориентация молодых людей. В этих условиях национальные духовные ценности подверглись девальвации (обесценились), они всегда, независимо от политической конъюнктуры, являлись цементирующими в обществе, в армии - чувство патриотизма, готовность служить Отечеству, верность воинскому долгу, гордость за принадлежность к Вооруженным Силам России.

Российскому обществу представляет серьёзную опасность «культурный империализм». Это слово было определено в 1982 году Жаком Лонгом. Культурный империализм – это империализм, захватывающий большие территории, подчиняя себе сознание, образ мышления, образ жизни, и убеж-

дающий, что один набор ценностей лучше другого. В данной ситуации наиболее унижительным видом поражения является культурное. Это поражение, которое невозможно и нельзя забыть, поскольку вину за него нельзя возложить на невезение или варварство врага. И оно влечет за собой не только признание собственной слабости, но и унижение в необходимости спасать себя, учась у победителя. Соответственно в современной действительности актуально ставится вопрос об обеспечении национальной безопасности России а, в частности, информационной. В Доктрине национальной безопасности Российской Федерации отмечено возрастание роли человеческого фактора.

Усилиями одних государственных инициатив невозможно решить одну из важных задач в деле преодоления культуры насилия, т.е. установление и развитие взаимоотношений между людьми, внедрение культуры мира и межнационального согласия. Что является внутренним аспектом безопасности

Демократия и мирное сосуществование не могут быть организованы «сверху вниз» государственными институтами, они могут завоевать доверие только в том случае, если будут эффективными. А демократии, её нормам и ценностям надо учиться на самом низовом уровне.

Колоссальное воздействие, как на обеспечение стабильности межэтнических отношений, так и на их обострение оказывают средства массовой информации (СМИ). На современном этапе, перенося бытовые конфликты в этнополитическую плоскость, деятельность некоторых СМИ можно рассматривать как один из факторов обострения межэтнических отношений в Российской Федерации, в частности между населением крупных городов России и представителями народов Северного Кавказа.

СМИ играют в политической жизни общества существенную роль, имея самое непосредственное отношение к его жизнедеятельности и выполняя репродуктивную (отображать политику через радио, телевидение и прессу) и продуктивную (творящую) функции, они в той же степени, что и творцы политики, несут ответственность за происходящие в обществе процессы. А если это так, то они должны руководствоваться в первую очередь интересами общества и государства.

Деятельность СМИ должна быть направлена не на поиски образа врага в лице кавказцев, мусульман, евреев и т.д., а на сближение народов России. На гармонизацию межэтнических отношений, способствовать межнациональному миру, согласию, повышению уровня доверия и коммуникации между народами, что в свою очередь, может стать и ключевым фактором в обеспечении этнополитической безопасности Российской Федерации.

Информационное оружие - это комплекс программных и технических средств, предназначенных для контроля информационных ресурсов объекта воздействия и вмешательства в работу его информационных систем. Его можно классифицировать по методам воздействия на информацию, информационные процессы и информационные системы противника. Воздействие может быть физическим, информационным, программно-техническим или радиоэлектронным.

Физическое воздействие предполагает применения средств огневого поражения Информационные методы воздействия реализуются посредством всей совокупности средств массовой информации и глобальных информационных сетей как, например «Интернет», голосовой дезинформацией. Компьютерные вирусы являются средствами реализации программно-технических методов, аппаратные

закладки, логические бомбы, и специальные средства проникновения в информационные сети. Программно-технические средства можно классифицировать в соответствии с выполняемыми ими задачами: средства сбора информации, средства искажения и уничтожения информации, средства воздействия на функционирование информационных систем.

Основными методами и способами применения информационного оружия могут быть:

- нанесение ущерба отдельным физическим элементам информационной инфраструктуры;
- повреждение или уничтожение информационных, программных и технических ресурсов противника, преодоление систем защиты, внедрение вирусов, программных закладок и логических бомб;
- воздействие на программное обеспечение и базы данных информационных систем, а также систем управления с целью их искажения или модификации;
- проведение или угроза террористических актов в информационном пространстве;
- захват СМИ с целью распространения дезинформации, слухов, демонстрации силы и доведения своих требований;
- искусственная перегрузка узлов коммутации уничтожение и подавление линий связи;
- влияние на операторов информационных и телекоммуникационных систем с использованием мультимедийных и программных средств для ввода информации в подсознание или ухудшения здоровья человека;

- влияние на компьютерное оборудование боевой техники и вооружений с целью вывода их из строя.

Функции информационного оружия - применение с целью оказания информационного воздействия, оно может быть информационно-техническим или психологическим. В рамках психологической войны главным образом организуется воздействие информационного оружия на отдельные группы людей.

На современном этапе необходимо создание единого глобального информационного пространства, которое является естественным результатом развития мировой научно-технической мысли, совершенствования компьютерных и информационных технологий, и создает предпосылки к разработке и применению информационного оружия. Одно из главных условий обеспечения национальной безопасности государства в XXI веке, это владение эффективным информационным оружием и средствами защиты от него.

Важной задачей обеспечения этнополитической безопасности является мониторинг и раннее предупреждение этнополитических конфликтов соответственно своевременное адекватное реагирование на них. В деятельности по обеспечению этнополитической безопасности серьезной опорой государству могут стать институты гражданского общества, особенно если учитывать, что этнические конфликты в современной России происходят на этнобытовой почве, а впоследствии приобретают этнополитический характер. В рамках новой стратегии государственной национальной политики разработана комплексная система мер по обеспечению этнополитической безопасности, включающая реализацию системы мероприятий, направленных на обеспечение этнополитической безопасности многонационального государства.

Анализ современного состояния этнополитической безопасности Российской Федерации выявляет сложности и противоречия межнациональных отношений, рост национализма и высокий уровень ксенофобии. Ксенофобия проявляется в отношении этнических и религиозных групп, в основном представителей кавказских национальностей исповедующих ислам.

СМИ и публичные выступления отдельных политиков остаются одним из ключевых факторов напряжённости межэтнических отношений и роста уровня ксенофобии в обществе. В СМИ, раскручиваются бытовые конфликты, по тем или иным причинам возникающие между представителями разных национальностей до уровня межэтнических и этнополитических конфликтов, что создаёт почву для межэтнической ненависти. Переводя обсуждение многих важнейших социально-политических и социально-экономических проблем в плоскость проблем этнических некоторые СМИ, и политики активно формируют угрозы этнополитической безопасности.

Вопросы, связанные с этнополитической безопасностью в современной России – это целый комплекс проблем, которые имеют жизненную важность для российского общества и государства. В Российской Федерации демократизация общественных отношений привели к активизации во всех субъектах национальных отношений. Исследователи и политические деятели в начале XXI века, как и прежде, продолжают искать ответы на исторический вызов времени, исследуют политико-правовое поле совершенствования межнациональных и федеративных отношений в Российской Федерации. Что свидетельствует о незавершенности и сложности процесса федерализации в условиях многонациональности.

Ключевые слова и выражения

медиаполитика
национальные интересы
национальная безопасность
информационная безопасность
этнополитическая ситуация

Контрольные вопросы

1. Главные угрозы национальной безопасности России?
2. Основные задачи в области обеспечения национальной безопасности РФ?
3. Информационная безопасность РФ?
4. Национальные интересы Российской Федерации в информационной сфере и их обеспечение?
5. Информационное обеспечение государственной политики Российской Федерации?

Список литературы

1. Авксентьев В.А., Гриценко Г.Д., Дмитриев А.В. Региональная конфликтология: концепты и российская практика/ Под ред. чл.- корр. РАН М.К. Горшкова. – М.: Альфа-М, 2008.
2. Атаманчук Г.В. «Теория государственного управления». – М.: Издательство «Омега-Л», 2010.
3. Конституция Российской Федерации. – М., 1993.
4. Конвенция о защите прав человека и основных свобод от 4 ноября 1950 г. (с изменениями, внесенными Протоколом от 13.05.2004 № 14).
5. Общая теория национальной безопасности: Учебник / Под общ. ред. А.А. Прохожева. М., 2005.

6. Родионов М.А. Социально-политическая безопасность России: учебное пособие. – М.: Изд-во РАГС, 2010.
7. Современная Россия в изменяющемся мире: философские проблемы социального управления: Учебно-методическое пособие. Издание второе, стереотипное / отв. ред., Торукало В.П. – М.: Изд-во РАГС, 2008.
8. Стратегия национальной безопасности до 2020 года от 12 мая 2009 г. № 537.
9. ФЗ Российской Федерации от 28 декабря 2010 г. N 390-ФЗ «О безопасности».
10. Юсупова Г.И. «Глобализация и этнополитическая безопасность Юга России» - Москва, ООО «Издательство «Собрание», 2009.

План практического занятия

Занятие 12. Влияние медиаполитики на систему национальной безопасности России

Темы для сообщений студентов и обсуждения в аудитории:

1. Методы обеспечения этнополитической безопасности Российской Федерации.
2. Современное состояние этнополитической безопасности РФ.
3. Зависимые СМИ – это угроза национальной безопасности.
4. Национальные интересы России в информационной сфере.
5. Права и обязанности СМИ с позиций государственной безопасности.

Тема 13. Медиавоздействие на управление общественными отношениями

(лекция)

План

1. Феномен медиавоздействия.
2. Воздействие медианасилия.
3. Страх и тревога, вызываемые медиапродукцией.
4. Воздействие новостей.
5. Воздействие политической пропаганды.

Краткое содержание

Вредному воздействию на поведение массовой информации — печатной, теле-, видео- и аудио посвящены многочисленные исследования. Исследование воздействия медианасилия — один из важных аспектов научных исследований воздействия СМИ, данное направление включает и многие другие аспекты. Чаще всего интерес социологов привлекает способность медиапродукции (рекламы, пропагандистских материалов, медиакампаний) оказывать воздействие на аудиторию: новых коммуникационных технологий, сексуально откровенной медиапродукции, реакция потребителей информации на материалы пугающего и беспокоящего характера, политической пропаганды и т.д. Озабоченность по поводу воздействия медианасилия стала одним из основных факторов, определяющих политику государства с появлением кино и телевидения. Для законодателей была и остается проблема сохранения равновесия между правами и свободами граждан в демократическом обществе.

Можно обозначить три этапа полемики по вопросу медианасилия в обществе. Первый этап - внимание сосредоточено на проблеме роста преступности среди молодежи.

Второй этап - внимание сосредоточено на воздействии телевизионного насилия на социальное поведение и благополучие общества в целом.

Третий этап - делает акцент не на вредное воздействие телевизионного насилия, а на выработку проактивных мер борьбы с ним путем законодательных ограничений.

Общие тенденции, выявленные исследованиями насилия в телепередачах:

- часть сцен насилия приукрашена («хорошие парни», прибегающие к насилию, и «плохие парни», которых редко наказывают за их преступления).
- определенная часть сцен насилия, по телевидению интеллектуализированы (в результате насилия, нанесенные физические повреждения показывают без страданий объекта насилия).
- большинство сцен физической агрессии представлены как обыденные.
- в редких телепередачах акцентируется внимание на проблеме борьбы с насилием.
- ежегодные подсчеты показывают, что около 60% телепередач содержат сцены насилия.
- в наиболее востребованное эфирное время объем телевизионного насилия возрастает.

Одной из самых насущных социальных проблем была XX века и остается XXI веке негативное воздействие медианасилия. Исследователи в разные периоды отмечали причинно-следственную связь между просмотром сцен насилия и последующим агрессивным поведением или установками.

В основном исследователи изучают несколько аспектов воздействия телевизионного насилия. Определяется объем сцен насилия в различных СМИ, контекст, в котором совершается акт насилия, и восприятие зрителем сцены насилия.

При этом ученые, изучая воздействие медианасилия, использовали различные методы: *лабораторный эксперимент, полевой эксперимент, корреляционное исследование, лонгитюдное исследование, естественный эксперимент и экспериментальное вмешательство.*

Для определения объема медианасилия используется метод **контент-анализа**. Что позволяет кодировать каждую сцену медианасилия. Контент-анализ показывает, что телепрограммы наиболее востребованного эфирного времени, включая и нехудожественные, содержат большой объем сцен насилия. Также контент-анализ предоставляет систему кодирования и описания содержания телепередач; однако не предполагает анализа зрительского восприятия сцен насилия. Исследования показывают, что основным фактором, определяющим степень воздействия медианасилия на зрителей, являются контекстуальные характеристики.

Мета-анализ, предполагает использование статистических методов, и тенденций научного поиска используя данные различных исследований для определения общих признаков медиавоздействия. Мета-анализ позволяет последовательно доказать наличие причинно-следственной связи между просмотром сцен насилия и агрессивным поведением. Проявления этого воздействия — имитирующее поведение, страх и десенсибилизация.

Психологическое воздействие медианасилия на зрителей возможно, на трех уровнях: поведенческом, аффективном - эмоциональном и когнитивном. Поведенческие проявления реализуются механизмами: имитация, катарсис, возбуждение, дизингибция – растормаживание и десенсибилизация.

Эмоциональная реакция на медианасилие возможна быстрая или замедленная. Например, проявление эмоционального воздействия — испуг у детей.

Проявления когнитивные наблюдаются в случае, если просмотр сцен насилия влияет на восприятие зрителем реального мира. И подобные проявления изучаются в рамках концепции культивации.

Воздействие телевидения на зрительское восприятие может быть ослаблено некоторыми факторами, т.е. уровни суждения. Это - специфика передачи, зрительское восприятие или интерпретация, личное отношение индивида к насилию и специфика ситуации.

Воздействие политической пропаганды Объектом исследования выступает отдельный человек, а не общество в целом. В литературе доминируют исследования медиавоздействия на микро - а не макроуровне. Исследования, на микроуровне, охватывают четыре основные сферы:

- формирование и изменение убеждений;
- когнитивное воздействие с исследованием установления приоритетности медиаинформации, прайминга, пристопа знаний и фрейминга;
- воздействие политической системы на индивидуальное восприятие;
- воздействие на участие в политической жизни или политическое поведение.

Характер и сила воздействия политической пропаганды на каждом уровне зависят от различных факторов, затрагивающих определенные характеристики или политическую ориентацию отдельных представителей аудитории, их особенности, касающиеся обработки медиасообщений. Несколько динамичных сил воздействуют на характер политической пропаганды в обществе. Они касаются политической ситуации, социальной сферы, медиаокружения и медиасодержания.

Основную форму коммуникации между политическими

кандидатами, с одной стороны, и избирателями — с другой представляет собой политическая реклама. Телевизионная политическая реклама эффективна для формирования имиджа конкретного кандидата, сообщения информации о ключевых пунктах его программы, иногда и при воздействии на решение избирателей.

На политическую пропаганду влияет и **содержание сюжетов новостей**, в особенности их фреймы и признаки. **Фрейм** - это абстрактное понятие, используемое специалистами в области медиа для передачи новостей определенным способом. Его особенности часто влияют на восприятие аудитории и интерпретацию ею новостей.

Имеются четыре вида искажения новостей: персонализация, фрагментация, драматизация и нормализация.

Исследования, на микроуровне, охватывают главные четыре сферы:

- формирование и изменение убеждений;
- когнитивные эффекты (исследования установления приоритетности медиаинформации, прайминга, прироста знаний и фрейминга);
- влияние на индивидуальное восприятие политической системы;
- воздействие на участие в политической жизни или политическое поведение. Исследования, проводящиеся на макроуровне, являются более сложными, обращаются к изучению влияния на систему в целом, непосредственно или посредством отдельных людей. Характер и сила воздействия масс-медийной политической коммуникации на каждом уровне зависят от различных факторов, касающихся определенных характеристик или политической ориентации отдельных представителей аудитории и особенностей процессов обработки ими медиасообщений.

Ключевые слова и выражения

медиаполитика
информация
телевидение
общественная среда
пропаганда
политика
аудитория
социальная ответственность

Контрольные вопросы

1. Методы медиавоздействия?
2. Лабораторный и полевой эксперимент?
3. Контент-анализ?
4. Мета-анализ?
5. Статистический метод?

Список литературы

1. Брайнт Дж, Томпсон, С [текст] / Дж. Брайнт, С. Томпсон. Основы воздействия СМИ. – М., СПб, Киев Издательский дом «Вильямс» - 2004.
2. Бурдые П. О телевидении и журналистике [текст] / П. Бурдые. - М.: «Фонд научных исследований «Прагматика культуры» Институт экспериментальной психологии» - 2002.
3. Василенко Л.А. Интернет в информатизации государственной службы России: социологические аспекты. – М., Издательство: Наука. – 2008.
4. Герасимова С.А. Телевидение как средство формирования и управления общественным сознанием [текст] / С. А. Герасимова // Управленческое консультирование – 2007 - № 2.

5. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. - М.: УРСС, - 2000.
6. Уэллс У., Вернет Д., Мориарти С. Реклама. Принципы и практика. СПб: Питер, 2001.
7. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. Издательство: Социальные отношения, Перспектива. - 2005.
8. Шарков Ф.И. Политический консалтинг (специализация курса «Консалтинг в связях с общественностью»). Учебное пособие. Издательство: Дашков и Ко. – 2006.
9. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике. – М., Издательство: Дашков и Ко. - 2011.

План практического занятия

Занятие 13. Медиавоздействие на управление общественными отношениями

Аналитический анализ аудиоматериала дискуссии «круглого стола» по теме занятия.

Темы для сообщений студентов и обсуждения в аудитории:

1. Теоретические подходы к изучению медиавоздействия.
2. Понятие эффективности медиавоздействия.
3. Анализ феномена воздействия телевидения: сущность, специфика.
4. Механизмы эффективного воздействия телевидения.
5. Воздействие медианасилия, как фактор, определяющий политику государства.

Тема 14. Медиаполитика зарубежных государств *(аналитические выступления студентов)*

Вопросы для обсуждения

1. Международные стандарты информационного права.
2. СМИ в условиях рынка.
3. Роль информационного фактора в европейской интеграции.
4. Закономерности становлении европейской системы информационного права.
5. Проблемы свободы государства в медийном пространстве.
6. Роль СМИ во внешней политике государства.
7. СМИ в структуре современного общества.

Краткое содержание

В медийном пространстве проблема свободы государства связана с противоречием интересов государства и личности. Свобода личности, выражающаяся в стремлении освободиться от обязанностей перед государством, угрожает безопасности данного государства.

Чаще всего эффект от деятельности СМИ определяется степенью свободы прессы, которая утвердилась в той или иной стране. Свобода прессы и выражение мнения в демократических странах является общим правилом. Учитывая, что развитие современных средств коммуникации, и контроль их деятельности становится все менее эффективным. В демократических странах у каждого есть возможность получать разнообразную информацию как в печатных или аудиовизуальных СМИ, так и в сети Интернет, контроль деятельности практически невозможен.

Специфика участия государства в медиа, устанавливает

правила по допуску организаций на рынок медиа, устанавливает ограничения по сообщениям в медиа, и должно само заботиться о распространении государственной идеологии в обществе, способствующей безопасности общества и государства, а с другой стороны, должно поддерживать определенный уровень доступности информации.

Государство, устанавливая правила игры, обязывает себя к участию в медиа. К примеру, в мае 2009 года закрепив в стратегии национальной безопасности военно-патриотическое воспитание в качестве элемента стратегического сдерживания, государство обязало себя проповедовать соответствующую идеологию. Соответственно в июле 2009 года по инициативе Министерства обороны РФ была создана «Телерадиокомпания Вооруженных Сил Российской Федерации «ЗВЕЗДА».

В начале 90-х годов, государство, устранившись от участия в рынке медиа, обеспечивало защитой сами медиа (поскольку демократизация государства и свобода слова были в приоритете), предоставляя от имени своих органов гражданам меньше защиты их чести и достоинства, а юридическим лицам защиты их деловой репутации.

Принятая 12 февраля 2004 г. на 872-м заседании Комитета Министров Совета Европы, Декларация о свободе политической дискуссии в средствах массовой информации (далее – СМИ), закрепляющая право политической дискуссии и согласие политических деятелей стать объектом общественной политической дискуссии и критики в СМИ, оказалась ниже по приоритету прав граждан на защиту своего имени. Иными словами на современном этапе государство заинтересовано в охране имени политического деятеля, который является чиновником.

Сентябрьские поправки в Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 15.06.2010 № 16 (ред. от 16.09.2010) «О

Практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» не допускают использования компенсации морального вреда для ограничения свободы слова, которая в нашем государстве существует только в установленных государством формах СМИ.

Внешняя политика каждого государства зависит от его информированности о событиях в мировом сообществе. Странам, с которыми достигнуты договоренности, необходимо понимать, насколько устойчива власть, которая гарантировала обязательства по договоренностям. Соответственно, роль СМИ, информирующих нашу страну о событиях в иностранных государствах высока. Роль государственных СМИ, информирующих мировое сообщество о событиях внутри России и информирующих об оценке Россией событий за её пределами также не менее важна.

СМИ каждого государства также выполняют важную роль, информируя граждан о том, насколько опасен или дружелюбен окружающий мир. В медиа аморально рассуждать на тему меры свободы государства также говорить об отсутствии легитимности действующей Конституции РФ. Государство должно иметь поддерживающие его идеологию СМИ. Иначе государственные органы можно было бы обвинить в отсутствии политической воли реализовывать заявления о приоритетах во внутренней политике и в двойных стандартах.

СМИ в условиях рынка – это отдельная отрасль экономики, движимая собственными финансовыми интересами, вынужденная исходить из соображений самоокупаемости и интересов собственников, акционеров, инвесторов, что связано с экономической формой организации медиабизнеса. В условиях рынка большинство предприятий СМИ с начала XIX века находились в частной собственности. Идея частной собственности и рыночной конкуренции в медиаиндустрии

была близка концепции свободы печати, со времен Мильтона и Миллза апеллировавшей к концепции «рынка идеи» и свободной конкуренции. Частная собственность на СМИ в условиях рыночных демократий означала отсутствие государственного контроля естественно, и, цензуры, что должно было привести к более полному удовлетворению интересов аудитории через механизмы спроса и предложения.

Интеграция СМИ в рыночную экономику и структуры рынка, связана с тесным взаимодействием масс-медиа с рекламным рынком. СМИ превратились в основные каналы рекламы, создав наиболее прибыльную бизнес-модель, основанную на рекламе товаров массового потребления, и, соответственно, в важнейшие механизмы экономики потребления.

Производители товаров и услуг нуждаются в СМИ для стимулирования потребления, на что нацелена публикация рекламы товаров массового потребления. СМИ стимулируют потребление, повышая спрос, соответственно, идет рост экономики, увеличивается рекламный рынок, который, в свою очередь, способствует росту СМИ. Таким образом, СМИ превратились в важнейший инструмент экономики потребления, и рядовой потребитель, живущий в условиях рынка в развитых странах мира, использует СМИ для получения информации о политике, экономике, культуре, а также для пополнения знаний о потребительском рынке, новых товарах и услугах.

Есть принципиальное различие между пониманием экономической природы и функций СМИ в условиях рыночного и планового общества. В условиях планового общества СМИ рассматривались в качестве надэкономического, чисто идеологического института, что освобождало их от необходимости устанавливать связи с аудиторией, изучать ее, искать пути оптимального удовлетворения ее запросов и нужд.

Поэтому природа СМИ в условиях рыночной экономики принимает двойственный характер, с одной стороны их вовлеченность: в механизмы распространения потребительских товаров и стимулирования потребления, а, с другой стороны – в социально-политическую жизнь общества, процессы формирования общественного мнения, национальной идентичности, сохранения единой культуры и языка.

Не только в России, но и за рубежом в исследованиях СМИ преобладали достаточно долго нормативные представления о роли и задачах СМИ. Исследователи, работающие в рамках нормативной школы, в своих концепциях подчеркивали, что, прежде всего, СМИ должны отвечать запросам общества, и только потом потребностям экономически заинтересованных групп – владельцев, акционеров, наемных работников в медиакомпаниях.

СМИ Западной Европы

История и современные принципы деятельности основных СМИ Великобритании. Особенности газетного рынка. Новые веяния в журналистике Англии.

Современные СМИ, экономические особенности медиарынка Франции. Современные СМИ, регионализм газетной индустрии Германии. Политические процессы и их влияние на развитие СМИ Германии и принципы их деятельности.

Особенности развития СМИ Австрии и Швейцарии, основные издания, принципы их деятельности на современном этапе. Особенности СМИ Италии, Испании и Португалии. Основные издания их принципы деятельности.

СМИ стран Центральной и Восточной Европы

Системы СМИ в странах Центральной и Восточной Европы в условиях холодной войны и противостояния двух военно-политических блоков. Копирование опыта советской

журналистики в странах, ставших на путь социализма. Особенности трансформации СМИ в этих странах в условиях перехода к демократии и рыночной экономике.

СМИ США

Особенности американского газетного рынка. Радиостанции, телевидение, ведущие медиакорпорации США

Ключевые слова и выражения

функции СМИ
международные стандарты
информационное право
информационный фактор
интеграция
медийное пространство
запросы общества

Контрольные вопросы

1. Как возникла и развивалась идея права на информацию в правовых системах зарубежных государств?
2. В каких международно-правовых документах зафиксировано право человека на информацию?
3. Как объясняется необходимость регулирования деятельности СМИ государством?
4. Какие обязанности и права СМИ установлены законодательством развитых демократических стран?
5. Каковы определенные законодательством обязанности государства по отношению к СМИ?
6. Как осуществляется законодательное экономическое регулирование деятельности СМИ?

Список литературы

1. Дженис М., Кей Р., Брэдли Э. Европейское право в области прав человека: Практика и комментарии. М., 1997.
2. Европейская конвенция о защите прав человека и основных свобод // Право Совета Европы и Россия. Краснодар, 1996.
3. Европейская конвенция о защите прав человека и основных свобод // Право Совета Европы и Россия. Краснодар, 1996.
4. Законы о печати. Журнал Inter – Nations. Дата создания оригинала документа: 10. 04. 2003. Дата индексирования: 10. 04. 2003. 111 [http://www. deutschebotschaft-moskau. ru/ru/ biblioth](http://www.deutschebotschaft-moskau.ru/ru/biblioth)
5. Законы и практика средств массовой информации в Европе, Америке и Австралии. АРтиклъ 19. М.: Фонд защиты гласности, 1993.
6. Засурский Я.Н. Журналистика и мир на рубеже тысячелетий. В кн.: От книги до Интернета. Журналистика и мир на рубеже нового тысячелетия / Отв. ред. Я.Н. Засурский и Е.Л. Вартанова. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2000.
7. Конституции зарубежных государств. М., 1997.
8. Сборник законодательства по конституционному (государственному) праву. Ростов-на-Дону; М., 1997.
9. Конституции зарубежных социалистических государств. М., 1973.
10. Средства массовой информации и демократия в современном мире. М., 2002.
11. Швеция: Конституция и законодательные акты. М., 1983.
12. Средства массовой информации и демократия в современном мире. М., 2002.; Власть и СМИ: Обзор правовых норм зарубежных стран <http://duma.gov.ru>
13. Хэнди Ч. Алчущий дух. За гранью капитализма: поиск цели в современном мире. В кн.: Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под. ред. В.Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999.

Лекция 15. СМИ как инструмент геополитики (дискуссия)

План

1. Место и роль геополитики в современном мире.
2. Место и роль СМИ в геополитике.
3. Роль СМИ в противодействии новым вызовам современности.
4. Основные каналы и особенности политического влияния СМИ.
5. Политическая коммуникация.
6. Становление медиакратии.

Краткое содержание

В выступлениях современных политиков и журналистов часто встречаются такие понятия, как «геополитические интересы», «геополитические проблемы», «геополитическая стратегия». Популярность геополитики и развитие ее идей в научном сообществе обусловлены усилением процесса глобализации, исчезновением биполярной системы мира, формированием многополярности, чем и вызвано новое распределение силовых центров на планете. Мировое сообщество стремится к становлению многополярной системы мира как лучшей модели отношений между странами. Но, реализация настоящей многополярности несмотря на изменение расстановки сил на планете, требует, чтобы международные решения принимали не одно сильное государство планеты, а все мировое сообщество в целом. Однако, уровень взаимосвязи и взаимозависимости, обусловленный процессом глобализации, создает возможности для формирования наиболее справедливого и гуманного мира, с разнообразием интересов государств, мировоззрений людей, культур и цивилизаций.

Журналистика сегодня обогащается геополитическими подходами и сама становится геополитическим фактором, поскольку геополитическая «игра» в современных условиях в значительной степени осуществляется в СМИ, через информацию, переданную журналистами, и через их позицию. СМИ и журналистика являются как геополитическим полем, так и важными геополитическими инструментами.

Вступившее в эпоху глобализации, человечество, нуждается в том, чтобы СМИ активно помогали обществу максимально адекватно ориентироваться в текущей ситуации, информационно обеспечивать процесс глобализации на благо всех на основе демократических и гуманистических принципов, и содействовали развитию сотрудничества народов, стран, цивилизаций на принципах равноправия и взаимной выгоды. Однако процесс глобализации разными социальными группами, следовательно, и поддерживающими их СМИ, оценивается по-разному, что обуславливается различными концепциями глобализма.

Сравнительно недавно СМИ превратились в активные геополитические акторы. И они, как участники геополитического процесса редко остаются независимыми. И попадают под контроль более сильного экономического актора, или политического.

В геополитике роль СМИ - с одной стороны, могут оказывать существенную поддержку проводимой в определенной стране политики, что, можно определить как элемент геополитики. С другой стороны, СМИ могут поддерживать, оживать разные территориальные настроения и представления, которые в силу этого получают распространение в широких слоях населения. Эти возможности СМИ определяются тем, что в формировании общественного мнения, они являются достаточно эффективным средством. В силу чего они становятся инструментом геополитических акторов: церквей,

неправительственных организаций, государств и т.д. Распространение разного рода идеологии, что является одной из задач СМИ, осуществляется при помощи газет, радио, телевидения, аудио- и видеокассет, дисков и сети Интернет.

СМИ в длительной перспективе являются прямыми участниками выработки разных геополитических представлений и пространственной практики. На современном этапе СМИ используются для пропаганды или оправдания проводимой в стране политики, объяснения необходимости и оправданности того или иного политического выбора. В данном случае они выступают как средство связи между участниками политической жизни, с одной стороны, и населением — с другой.

В геополитике роль СМИ ярко проявилась за последние годы. На постсоветском пространстве СМИ принимали активное участие и в разных «бархатных» и «оранжевых» революциях в ряде стран. Что проявилось в событиях конца 1980-х гг. во многих странах: Чехословакии, Венгрии, в ГДР, в странах Прибалтики, в странах Восточной Европы и т.д.

Значительную роль в тех событиях сыграло телевидение, которое наглядно демонстрировало недостатки и пороки той политической организации, которая была создана в бывших социалистических странах, а также показывало преимущества капиталистического строя. *В ряде стран принимались решения о запрете спутниковых телевизионных антенн, и это было не случайно (Афганистан — в период правления движения Талибан, Румыния — до 1989 г., Иран — с 1990-х гг., Китай — с 2006 г.).*

Следует отметить, что влияние СМИ является больше политическим, чем геополитическим (в территориальном смысле этого термина). Но есть примеры подтверждающие (к примеру, ГДР), что *СМИ активно содействовали эволюции геополитической ситуации в этой стране, в сознании нем-*

цев утверждая идею возрождения единой страны, восстановления единства территориального Германии.

Справедливо будет отметить и то, что *СМИ играют не только дестабилизирующую роль. Но и способны вносить свой вклад в стабилизацию политической обстановки в стране.* Геополитические акторы, и цели, которые ставятся перед СМИ, от них зависит их роль. В целях «стабилизации» политической ситуации СМИ используются и в недемократических целях.

Одним из векторов влияния на мировое сообщество ведущих государств является соперничество между СМИ. И телевидение находится в центре данного соперничества. Примеров тому достаточно много. С расширением технических возможностей СМИ такое соперничество будет усиливаться. Следует отметить, что в этом соперничестве будут находить отражение и геополитические представления и подходы.

Ключевые слова и выражения

СМИ
политика
геополитика
аудитория
общественное мнение
акторы

Контрольные вопросы

1. Методы и функции СМИ в геополитике?
2. Анализ выступлений в СМИ, различающиеся геополитические подходы, картина мира и тенденции к конфронтации?
3. Различные подходы в геополитическом дискурсе разных изданий в эпоху глобализации и формирования многопо-

лярной системы, и дискуссионно-диалогических обсуждения в СМИ?

4. Различия в геополитическом дискурсе – оценке, суждениях и рекомендациях и позиции СМИ?
5. Базовые основы геополитического дискурса, согласования национальных интересов с интересами международного сообщества, эффективный диалог с участием СМИ?
6. СМИ, как фактор геополитики?

Список литературы

1. Алексеева И. В. Геополитика в России. Между Востоком и Западом. СПб., 2006.
2. Василенко И.А. Геополитика современного мира. - М.: Гардарики, 2007.
3. Василенко И.А. Геополитика современного мира: учеб. пособие. - М.: Издательство Юрайт, 2010.
4. Дергачев В.А. Геополитика. Учебник для вузов. — М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
5. Желтов В.В., Желтов М.В. Геополитика: история и теория: Учебное пособие. - М.: Вузовский учебник, 2009.
6. Исаев Б.А. Геополитика: Учебное пособие. СПб.: - Питер, 2006.
7. Комаровский В. С. Государственная Служба и СМИ. – Воронеж. Издательство ВГУ, 2003.
8. Кефели И.Ф. Геополитика Евразии. СПб.: ИД «Петрополис», 2010.
9. Миньяр-Белоручев К. В. Мировая геополитика. — М.: «Проспект-АП», 2006.
10. Михайлов С.А.; Современная зарубежная журналистика: Правила PR; С.-Петербург; 2003.
11. Нартов Н.А. Геополитика. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
12. Сирота Н.М. Геополитика. Краткий курс. СПб.: - Санкт-Петербург, 2006.

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ И ДОКЛАДОВ ПО КУРСУ

1. Теория информационного общества: этапы становления.
2. Эволюция идеи и понятия массовая информация.
3. Средства массовой информации в глобализующемся мире.
4. Российский вариант регионализации и особенности региональной медиаполитики.
5. Коммуникативно-информационные основы миграционной политики.
6. Единство миграционной и информационной политики.
7. Динамика развития миграционной и информационной политики в России.
8. Воздействие факторов глобализации на становление информационного общества.
9. Информационные коммуникации и общество.
10. Информационное оружие: понятие, виды, назначение и применение.
11. Конкуренция СМИ на рынке: содержания, свободного времени и рекламы.
12. Факторы, влияющие на направление и характер обмена информацией между странами.
13. Конвергенция как фактор преобразования медиасистем.

14. Особенности законодательства, касающегося средств массовой информации, в западноевропейских странах и США.
15. Информация и дезинформация в деятельности зарубежных средств массовой информации.
16. Трансформация системы зарубежных средств массовой информации в условиях демонополизации и дерегулирования.
17. Новая журналистика и проблемы информационного неравенства.
18. Аудиовизуальный сектор в медиаиндустрии.
19. Политические партии и журналистика: принципы взаимодействия.
20. Роль средств массовой информации в общественных процессах демократического общества.
21. Принципы организации медиабизнеса.
22. Регионализм СМИ (страна по выбору студента).
23. Новые медиа: сближение журналистики и межличностной коммуникации.
24. Принципы саморегулирования журналистского сообщества в условиях террористической угрозы.
25. Взаимодействие журналистики и политики: «этимологическая» теория медиакратии.

ГЛОССАРИЙ

Бифуркация - термин многозначен (имеет несколько значений) происходит от лат. *bifurcus* — «раздвоенный» и употребляется в широком смысле для обозначения всевозможных качественных перестроек или метаморфоз различных объектов при изменении параметров, от которых они зависят.

Гиперболизация (один из механизмов переработки представлений в воображаемые образы) - существенное увеличение или уменьшение предмета или отдельных его частей, которое приводит к качественно новым свойствам.

Десенсибилизация - методика по уменьшению негативного напряжения, страха и тревоги к пугающим ситуациям, напугающим образам или объектам.

Дизингибиция - этот механизм объясняется предположением, что по мере привыкания телезрителей к сценам насилия и жестокости, особенно насилия, оправданного ситуацией или санкционированного обществом, ослабляется сдерживающее действие социальных санкций, направленных против совершения правонарушений.

Диссипацией - это процесс рассеивания чего-либо.

Дигитализация – это перевод всех СМИ в цифровую форму. Газеты набираются на компьютере, и в Интернете доступны их электронные версии. Цифровое радио позволяет увеличить количество частот, и его можно слушать через компьютер, подключившись к Интернету. Телевидение также становится цифровым, и этот процесс дигитализации становится очень важным моментом, который упрощает и облегчает

доступ ко всем традиционным СМИ, в чем-то унифицирует, объединяет все СМИ.

Евроскептицизм — термин, которым обозначают скептическое, негативное отношение к процессам интеграции в рамках Европейского союза.

Защита информации – обеспечение безопасности информации (парирование угроз информационной инфраструктуре и информационным ресурсам).

Информационная безопасность Российской Федерации - состояние защищенности ее национальных интересов в информационной сфере, определяющихся совокупностью сбалансированных интересов личности, общества и государства.

Информационно-психологическая безопасность – состояние защищенности граждан, отдельных групп и социальных слоев общества, массовых объединений людей, населения в целом от негативных информационно-психологических воздействий, осуществляемых в информационном пространстве.

Информационная война - действия, предпринимаемые с целью достижения информационного превосходства путем нанесения ущерба информационной сфере противника и обеспечения собственной информационной безопасности.

Информационное оружие - это комплекс программных и технических средств, предназначенных для контроля информационных ресурсов объекта воздействия и вмешательства в работу его информационных систем.

Информационный терроризм – это особая форма насилия, представляющая собой сознательное и целенаправленное информационное воздействие или угрозу применения такого воздействия для принуждения правительства к реализации политических, экономических, религиозных и иных целей террористической организацией или отдельными террористами, сопровождаемое эмоциональным воздействием на общество для возбуждения в нем страха, панических настроений, потери доверия к власти и создания политической нестабильности.

Информационный криминал - действия отдельных лиц или групп, направленные на нанесение ущерба информационной сфере или ее использование в корыстных целях.

Каузальная атрибуция (от лат. *causa* — причина лат. *attributio* — приписывание) — Заключается в интерпретации, приписывании мнимых проблем. Человек борется с мнимыми проблемами.

Контент-анализ (от англ. *contens* содержание) — метод качественно-количественного анализа содержания документов с целью выявления или измерения различных фактов и тенденций, отраженных в этих документах. Особенность контент-анализа состоит в том, что он изучает документы в их социальном контексте.

Культурогенез - один из видов социальной и исторической динамики культуры, заключающийся в порождении новых культурных форм и их интеграции в существующие культурные системы, а также в формировании новых культурных систем и конфигураций. Сущность К. заключается в процессе постоянного самообновления культуры не только мето-

дом трансформационной изменчивости уже существующих форм и систем, но и путем возникновения новых феноменов, не существовавших в культуре ранее.

Культурный империализм – это империализм, захватывающий большие территории, подчиняя себе сознание, образ мышления, образ жизни, и убеждающий, что один набор ценностей лучше другого.

Культивация – один из видов влияния насилия на установки.

Масс-медиа – средства осуществления массовой коммуникации в обществе, которые охватывают достаточно широкую аудиторию. Массмедиа часто выступают синонимом понятия «средства массовой информации». Их характерные черты: обращенность к массовой аудитории, доступность множеству людей, индустриальный характер производства и распространения содержания.

Мегаполис – центральный элемент агломерации.

Мета-анализ (англ. meta-analysis) — в статистике это объединение результатов нескольких исследований для анализа набора связанных между собой научных гипотез.

Медиа (мн. ч. от лат. medium – промежуточное, посредствующее, посредник) – средства осуществления коммуникации между различными группами, индивидуумами и (или) доставки любых содержательных продуктов аудитории. Медиа многочисленны и включают в себя средства массовой информации (газеты, журналы, книги, телевидение, кабельные сети, радио, кинематограф), отдельные носители информа-

ции и данных (письма, аудио- и видеозаписи на любых носителях, компакт-диски), а также коммуникационные системы общества (телеграф, телефон, почта, компьютерные сети).

Медиакратия (от англ. mass media — СМИ и др.-греч. κράτος — власть) — влияние, власть СМИ. Термин означает явление, когда политические решения и дискуссии, а также политическая коммуникация в современных демократиях происходят не в первичной политической плоскости, а в интересах СМИ. Несмотря на сходство между понятиями четвертая власть и медиакратия, между ними существуют содержательные различия. Термин медиакратии остается до сих пор спорным, поскольку трактуется разными авторами по-разному.

Медиамикс – сравнительный анализ преимуществ и недостатков важнейших рекламоносителей, широко используемый в практике рекламного бизнеса в процессе медиапланирования.

Медиапланирование – процесс постановки и решения проблемы выбора медиасредств рекламы, способствующих охвату целевой аудитории наилучшим способом.

Медиаполитика – комплекс государственных мер, направленный на обеспечение конституционно гарантированных прав в сфере СМИ. В экономически развитых рыночных демократиях государственная медиаполитика направлена на создание условий для широкого доступа общества к СМИ, обеспечение плюрализма их содержания. Экономическая медиаполитика государства нацелена на создание условий для конкуренции на рынке максимально большого числа медиапредприятий, что в идеале должно способствовать появлению большего числа мнений и взглядов на рынке идей.

Медиаполитическая система — это структура институционализации власти в российских масс-медиа.

Миграция – это взаимодействие, взаимоотношения между этносами, нациями, народами, часто обусловленные и сопровождаемые характером политической и социальной коммуникации.

Мобилизация (mobilization) – подготовка группы к коллективным действиям.

Общественное вещание – система организации некоммерческого телевидения и радиовещания во многих странах Западной Европы и Северной Америки, рассматриваемая как элемент демократии и важный механизм гражданского общества. Деятельность общественных вещателей, т.е. компаний, реализующих на практике принципы общественного вещания, определяется социально значимыми целями. Принципы общественного вещания включают: универсальный географический доступ к каналам общественных вещателей; стремление к удовлетворению интересов различных групп общества в программной политике; развитие национальной культуры и идентичности; отстраненность от сиюминутных политических интересов. Во многих странах общественное вещание финансируется за счет абонентской платы, размер которой должен быть приемлем для всех имущественных слоев.

Патернализм (лат. paternus — отцовский, отеческий): система отношений, основанная на покровительстве, опеке и контроле старшими младших (подопечных), а также подчинении младших старшим.

Позиционирование – процесс создания позиции продукта в сознании потребителей.

Потенциальная аудитория телеканала – все население, проживающее в районах, где существует техническая возможность приема телеканала. Размеры потенциальной аудитории зависят от диапазона вещания телеканала, а также от количества и типа телевизоров, находящихся в зоне прима.

Потоковое видео и аудио (streaming video and audio) – технология распространения информации в Интернете, при которой воспроизведение начинается до завершения передачи информации. Для сокращения времени пересылки форматы потокового медиа поддерживают высокоэффективные алгоритмы компрессии (сжатия).

«Прайминг» (от англ. глагола “to prime” – инструктировать заранее, давать предшествующую установку и т.п.) – явление имплицитной памяти, которое представляет собой либо (а) изменение скорости или точности решения задачи (перцептивной, мыслительной или мнемической), наблюдаемое после предъявления информации, связанной с содержанием или с контекстом этой задачи, но не соотносящейся прямо с ее целью и требованиями, либо (б) повышение вероятности спонтанного воспроизведения этой информации в подходящих условиях. Поскольку прайминг, вне зависимости от намерений человека, может повлиять на решение задачи как положительно, так и отрицательно, этот феномен традиционно относится к классу непроизвольных и неосознаваемых влияний на решение задач.

Прайм-тайм (prime time) – временной отрезок, в течение которого телевизионный или радиоэфир может собрать макси-

мальную аудиторию. Обычно приходится на вечерние часы (19.00 – 23.00), хотя в разных странах он может начинаться и заканчиваться в разное время в зависимости от продолжительности рабочего дня и национальных традиций проведения досуга.

Производители телепрограмм – разного рода компании, занятые в сфере производства телевизионного контента, – киностудии, продюсерские фирмы, синдикаты, даже вещатели, реализующие свои программы на внешнем рынке.

Рекрутировать - набирать кого-л. для чего-л., пополнять свой состав; вербовать, привлечь к участию в чем-нибудь. (В советское время интеллигенция рекрутирует своих членов главным образом среди рабочих и крестьян).

Социогенез [лат. *societas* — общество греч. *genesis*— происхождение] — происхождение и развитие сознания, личности, межличностных отношений, обусловленные особенностями социализации в разных культурах и общественно-экономических формациях.

Футурология — прогнозирование будущего, в том числе путём экстраполяции существующих технологических, экономических или социальных тенденций или предсказания будущих тенденций.

Флуктуация - (от лат. *fluctuatio* — колебание) — термин, характеризующий любое колебание или любое периодическое изменение.

Фрейм - это абстрактное понятие, используемое специалистами в области медиа для передачи новостей определенным способом.

Фрейминг — это оформление или подача информации с использованием таких слов и фраз, которые прозвучат убедительно для другой стороны.

Этнический ренессанс - образное обозначение процесса усиления борьбы народов, не имеющих собственного государственного образования (или удовлетворяющего их автономные образования), за самостоятельность и территориальный суверенитет.

Этногенез (от греч. ἔθνος, «племя, народ» и γένεσις, «происхождение») — процесс сложения этнической общности (этнуса) на базе различных этнических компонентов. Этногенез представляет собой начальный этап этнической истории. По его завершении может происходить включение в сложившийся этнос других ассимилируемых им групп, дробление и выделение новых этнических групп.



**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР
«ЭТНОСОЦИУМ»**

**Журнал «ЭТНОСОЦИУМ и межнациональная культура»
входит в перечень ВАК АН РФ**

В составе редакционного совета ведущие государственные, общественные деятели, выдающиеся российские и зарубежные ученые.

В работе журнала участвуют все регионы России, страны Латинской Америки, Китая, Европы. Журнал распространяется во всех органах государственной власти России (во всех регионах), в посольствах зарубежных стран и за рубежом.

ИЗДАТЕЛЬСТВО ОСУЩЕСТВЛЯЕТ:

создание, регистрация, издание и продвижение журналов и альманахов ;
помощь во всех вопросах, в том числе в юридических, бухгалтерских, арендных, кадровых;
редакционная подготовка (литературное и техническое редактирование), дизайн.

Издаем книги, монографии, авторефераты, учебные пособия и др. на высоком уровне, нужным тиражом!

В процесс выпуска книги входит:

- * редактирование;
- * корректура;
- * подготовка электронного макета;
- * присвоение ISBN;
- * присвоение кодов УДК, ББК и авторского знака;
- * разработка дизайна обложки;
- * печать тиража (различными способами: офсет, цифра);
- * передача 16 экземпляров в Книжную палату;
- * рассылка готового тиража по территории РФ.

Все изданные нами книги проходят рецензирование и квалифицированную предпечатную подготовку.

**www.etnosocium.ru
тел: +7 (495) 708-30-00
e-mail: etnosocium@mail.ru**

Ш.С. Сулейманова

**МЕДИАПОЛИТИКА В СОВРЕМЕННОМ
РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ**

Учебное пособие

Наш сайт: www.etnosocium.ru

e-mail: etnosocium@mail.ru

Тел: +7 (495) 708-30-00

Необходимую научную литературу

Вы можете приобрести на сайте: www.knigadom.com

Оригинал-макет подготовлен Международным издательским центром «ЭТНОСОЦИУМ»

Отпечатано в типографии Международного издательского центра «ЭТНОСОЦИУМ»,

105066, Москва, Спартаковская ул., д. 19, стр. 3.

Зам. гл. ред. С.В. Чапкин

Редактор А.Н. Андреев

Корректор Ф.Э. Вайс

Дизайн и верстка О.А. Шишова

Бумага офсетная № 1. Гарнитура CharterC.

Формат 60х90/16. Тираж 1000 экз. Усл. п. л. 8,875