

О ВЗАИМОДЕЙСТВИИ ГОСУДАРСТВА И СМИ В ЦЕЛЯХ ВЕДЕНИЯ ПРОПАГАНДИСТСКОЙ РАБОТЫ

Ходаева Я.В.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

yana_khodaeva@mail.ru

Переход к рыночной экономике и взаимозависимой системе отношений государственного аппарата и средств массовой информации подразумевает особые формы взаимодействия. Журналистский продукт, призванный удовлетворять конкретные потребности конкретных людей в пропагандистской сфере, должен по-прежнему быть значимым. Учитывая необходимость ведения информационных войн, меняются методы формирования и акцентирования внимания на «подлинных» жизненных ценностях. Медиареальность показывает, что СМИ выступают одним из основных средств политической системы в роли пропагандистского метода воздействия.

Такой информационный процесс как пропаганда политики долгое время недооценивали, предпочитая комплексно работать с агитацией и пиар по многим направлениям. Но если результат PR-воздействия виден сразу, то результат пропагандистского влияния не определен во времени и настроен на долговременную перспективу. Например, предвыборные кампании, использовавшие пиар-технологии для создания привлекательного образа политика, теперь все больше работают в русле создания привлекательного будущего, которое стоит за политиком.

Однако в последнее время произошла резкая переоценка содержания политической работы. Этому помог и тот факт, что, в отличие от современной России, пропаганде за границей уделялось и уделяется огромное внимание. В результате и нашим политикам стало очевидно, что необходимо отказываться от старых клише и заниматься пропагандой на новом уровне: «создавать» действительность.

Особое значение в деятельности (в том числе и пропагандистской) СМИ имеют политические силы общества: государство, различные социальные слои и группы, выражающие их интересы политические партии и общественные движения. Поэтому политики больше не спорят о значимых вещах, они говорят людям то, что те хотят слышать. Таким образом, с каждым годом у аудитории уменьшается возможность получать качественный журналистский продукт.

В современной России сложились самые различные направления, формы и методы воздействия государственных и общественно-политических организаций на общество посредством СМИ. При этом используются механизмы воздействия, которые определяются, прежде всего, информационными потребностями общества, т.е. потребностями:

- *В формировании массового сознания, интегрирующего общество в целостную систему.* После трагедии, случившейся 31 октября 2015 года, для выяснения причин крушения самолета А321 объединились различные организации: английские, российские, международные. В условиях постоянного противопоставления России многим другим странам, аудитории тоже хочется почувствовать себя частью остального мира и увидеть согласованную и результативную работу.

- *В приеме и оперативном распространении сведений об общественно значимых событиях, изменениях действительности.* И так, одна и та же новость в двух разных изданиях преподнесена не одинаково. В Российской газете читаем: «США нанесли авиаудар по убежищу палача «ИГ»» и далее: «Боевые беспилотники ВВС США нанесли авиаудар по одному из объектов группировки «Исламское государство» (ИГ) в сирийском городе Ракка, где предположительно находился боевик известный под прозвищем «Джихади Джон», ранее принимавший участие в казни нескольких американских заложников. Как сообщил вечером в четверг официальный представитель Пентагона Питер Кук, в ведомстве пока не могут подтвердить, был ли боевик уничтожен в результате авиаудара» [8].

Газета.ru: «Удар в сердце ИГИЛ» и далее: «Представители Пентагона на 99% уверены в уничтожении палача «Исламского государства» Мухаммеда Эмвази, который также известен как Джихади Джон, передает Fox News. Как сообщил высокопоставленный американский военный чиновник, «мы уверены на 99%, что он убит»» [4]. Различие в источниках, в более жесткой манере подачи материала говорит о стремлении газеты.ru утвердить собственную позицию.

- *В самоопределении общественного мнения, в разработке и распространении решений, принимаемых институтами управления.* Российская газета опубликовала материал под названием «Сотни жителей Сирии вышли на митинг в поддержку российской авиации» [7], который на фоне других неоднозначных статей о событиях в Сирии призван убедить население в правильности принимаемых руководством страны решений.

- *В оказании помощи обществу в связи с нарушением гармонии общественных, корпоративных и индивидуальных интересов.* После бума публикаций в СМИ, касающихся произвола власти и коррумпированности чиновников, Президентом РФ в марте 2015 года были внесены изменения в антикоррупционное законодательство. Новость сама по себе позитивная, но остается под большим сомнением способность столь быстрого реагирования власти на проблему. Более вероятен вариант вбросов в СМИ информации о коррупции, на контрасте с которыми действия властей кажутся оперативными.

- *В поддержании необходимого морального климата в обществе и в целом его жизненного тонуса.* Подтверждением данного пункта можно считать материалы социальной

тематики о повышении пенсий, субсидий, выплат, и оказании другой, в том числе и не материальной помощи.

В настоящее время пропаганда – неотъемлемая часть политического института. С учетом усиления информационно-пропагандистского обеспечения всех социально-экономических и политических процессов современного российского общества пропаганда трансформируется в явление, неотъемлемое от работы любого СМИ. В современной теоретической литературе многие исследователи (см.: Антонов А.К.[3], Тертычный А.А. [9]) выделяют и анализируют следующие функции госпропаганды, которые совпадают с возможностями и целями самих СМИ: информационную; образовательно-социализаторскую; критическую; контролирующую; мобилизационную. К тому же государственная политика учитывает разные опасности, связанные с данной областью, чем и объясняет свое воздействие на медиа. В России «основными направлениями государственной политики в сфере информатизации являются:

- обеспечение условий для развития и защиты всех форм собственности на информационные ресурсы;
- формирование и защита государственных информационных ресурсов;
- создание и развитие федеральных и региональных информационных систем и сетей, обеспечение их совместимости и взаимодействия в едином информационном пространстве Российской Федерации;
- создание условий для качественного и эффективного информационного обеспечения граждан, органов государственной власти, органов местного самоуправления, организаций и общественных объединений на основе государственных информационных ресурсов;
- обеспечение национальной безопасности в сфере информатизации, а также обеспечение реализации прав граждан, организаций в условиях информатизации;
- содействие формированию рынка информационных ресурсов, услуг, информационных систем, технологий, средств их обеспечения;
- формирование и осуществление единой научно-технической и промышленной политики в сфере информатизации с учетом современного мирового уровня развития информационных технологий;
- поддержка проектов и программ информатизации;
- создание и совершенствование системы привлечения инвестиций и механизма стимулирования разработки и реализации проектов информатизации;
- развитие законодательства в сфере информационных процессов, информатизации и защиты информации» [2].

Реальный характер взаимоотношений политической власти и СМИ варьируется в зависимости от того, какие проблемы стоят в центре внимания, какова ситуация в мире, в стране и т.д. Немаловажное значение имеет и то, в какой степени журналисты и редакторы разделяют те или иные установки. Например, аналитики интернет-библиотеки СМИ Public.ru [6] провели исследование освещения в российской прессе темы «Манипуляции в СМИ». В целом до 2012 года тема манипуляций оставалась в медийной тени: о манипулировании общественным мнением чаще всего писали как об отвлеченной теме. Редкие пики внимания к теме в 2013 году были связаны с предвыборными кампаниями. Резкий рост числа публикаций по теме манипуляций в СМИ зафиксирован с июля 2014 года. Можно говорить о начале информационной войны вокруг событий на Украине – около 37% публикаций содержат упоминания об украинских событиях. Неяркое представление собственного стиля, калькированное повествование и шаблонный подход к подготовке материала, множество новостных копий и репостов приводят к размыванию позиции автора. Политика многих современных медиаканалов такова, что, говоря о главном, журналисты должны делать это так, чтобы о полемике не возникло и мысли. А полемизировать с оппонентом, не имеющим «лица», и того сложнее.

К тому же, сами СМИ заинтересованы в доступе к ведущим государственным и политическим деятелям, особенно руководителям партий, государств и правительств, являющихся источником информации «из первых рук». Необходимость получения информации по важнейшим вопросам государственной политики вынуждает СМИ искать новые актуальные формы взаимодействия с государственной властью (брифинги, пресс-конференции, интервью). Конечно, влияние государства на деятельность СМИ во многом объясняется политической, экономической, оборонной и другими составляющими национальной безопасности, которая существенным образом зависит от обеспечения информационной безопасности.

Современное российское государство, используя СМИ для решения самых различных задач, определяет свою политику через призму необходимых мер национальной безопасности, составной частью обеспечения которой являются также меры в сфере информации. Данный аспект существенно влияет как на информационно-пропагандистскую деятельность государства, так и на самостоятельную работу СМИ. Согласно Доктрине информационной безопасности [1], наибольшую опасность в сфере духовной жизни российского общества представляют следующие угрозы:

– деформация системы массового информирования как за счет монополизации средств массовой информации, так и за счет неконтролируемого расширения сектора зарубежных СМИ в отечественном информационном пространстве;

– использование зарубежными спецслужбами средств массовой информации, действующих на территории РФ, для нанесения ущерба обороноспособности страны и безопасности государства, распространение дезинформации;

– неспособность современного гражданского общества России обеспечить формирование у подрастающего поколения общественно необходимых нравственных ценностей, патриотизма и гражданской ответственности за судьбу страны, а также поддерживать эти ценности [5].

Упомянутая Доктрина отразила некоторые тенденции государственного развития начала XXI века: усиление централизации власти и укрепление властной вертикали. Пропаганда в СМИ дает в современных условиях большие возможности субъектам политической жизни, в ней используются самые различные формы, технологии. Направления пропагандистской деятельности государства посредством СМИ могут быть различными, начиная с прямого влияния (цензурирование) и заканчивая опосредованным воздействием (инвестирование).

Россия вырабатывает собственные приемы ведения пропагандистской работы, что вынуждает государство и СМИ тесно и интенсивно взаимодействовать, сотрудничая и конфликтуя. Неоспоримо, что степень влияния на средства массовой информации извне велика и очевидна, поэтому положение вещей требует серьезной работы государства в данном направлении.

Список литературы

1. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации // Российская газета. 2000. 28 сентября. С.16-18.
2. Закон РФ «Об информации, информатизации и защите информации» от 20 февраля 1995г. № 24 – ФЗ // Собрание законодательства РФ. М. 1995. №8.
3. Антонов А.К. Информационное общество. Основы информационной культуры. М., 2000.
4. URL: http://www.gazeta.ru/politics/2015/11/13_a_7889663.shtml
5. Иванов О.В. Информационная составляющая современных войн // Вестник Моск. ун-та. Сер. 18. Социология и политология. 2004. № 4. С.69.
6. Открытый доступ к базе СМИ. URL: www.public.ru
7. Сотни жителей Сирии вышли на митинг в поддержку российской авиации. URL: <http://www.rg.ru/2015/11/13/aviaciya-site-anons.html>.
8. США нанесли авиаудар по убежищу палача «ИГ». URL: <http://www.rg.ru/2015/11/13/palach-site.html>.

9. Тертычный А.А. Массовая информация в мире политики // Вестник Моск. ун-та. Сер. 12. Политические науки. 2004. №3.