

Научная статья
https://doi.org/10.23672/SAE.2023.11.11.047
УДК 316.77



СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПОЛЕ РОССИИ

*Абрамов М.А.¹, Попова Т.В.², Скворцов Д.В.³,
Моргачев О.Л.⁴*

*Ессентукский институт управления, бизнеса и права^{1,2,4}
Невинномысский государственный гуманитарно-технический институт³*

Аннотация. *Вопрос о средствах массовой информации как об институте гражданского общества сегодня представляется не только актуальным, но и достаточно сложным. Это обстоятельство обусловлено содержанием и ролью всех видов СМИ в жизни современного человека и общества, если исходить из положений, что человек все время находится в информационном пространстве, информационном поле, что СМИ - это «четвертая власть», а тот, «кто владеет информацией, владеет миром». В формирующемся информационном обществе СМИ как социальный институт приобретают невиданную власть и влияние на социум. Можно сказать, что сегодня они «конструируют» социальную действительность, охватывая политические, экономические и духовные процессы. В данной статье анализируется современное состояние информационного поля России на предмет наличия и соотношения в нём государственных и независимых средств массовой информации, характер их взаимоотношений с действующей политической властью, их место в информационном потоке.*

Основная идея выстраивается вокруг проблемы разрешения латентного конфликта власти и средств массовой информации. Также, в тексте рассматриваются возможные перспективы существования СМИ в качестве одной из форм власти. Вывод: помимо самих средств массовой информации, значительное влияние на общество могут оказывать агрегаторы новостей и активно развивающиеся в пространстве Интернета социальные сети, среди которых также выделяются государственные и частные.

Ключевые слова: *СМИ, власть, информационное поле, информационный поток, общество, государство, политика, политический процесс, общественное мнение.*

MASS MEDIA IN THE CONTEMPORARY INFORMATION FIELD OF RUSSIA

*Maxim A. Abramov¹, Tatiana V. Popova²,
Dmitry V. Skvortsov³, Oleg L. Morgachev⁴*

*Essentuki Institute of Management, Business and Law^{1,2,4}
Nevinnomyssk State Humanitarian and Technical Institute³*

Abstract. *The issue of mass media as an institution of civil society today seems not only relevant, but also quite complex. This circumstance is due to the content and role of all types of media in the life of modern man and society, if we proceed from the provisions that a person is always in the information space, the information field, that the media is the "fourth power", and the one "who owns*

the information, owns the world". In the emerging information society, the media as a social institution are gaining unprecedented power and influence on society. We can say that today they "construct" social reality, covering political, economic and spiritual processes. This article analyzes the current state of the Russian information field for the presence and correlation of state and independent mass media in it, the nature of their relationship with the current political power, their place in the information flow.

The main idea is built around the problem of resolving the latent conflict between the authorities and the media. The text also discusses the possible prospects for the existence of the media as one of the forms of power.

Conclusion: in addition to the media themselves, news aggregators and social networks, which are actively developing in the Internet space, can have a significant impact on society, among which public and private ones also stand out.

Key words: mass media, power, information field, information flow, society, state, politics, political process, public opinion.

Введение.

Средства массовой информации представляют собой неотъемлемый институт социума, обеспечивающий действие постоянного информационного потока, обмена информацией между членами общества, его элементами и т. д. Именно СМИ в современном мире являются монополистами в процессе удовлетворения потребности общества в информации.

На современном этапе развития социума средства массовой информации получили определение «четвёртая власть», имеющей равное значение и обладающие независимостью наряду с судебной, исполнительной и законодательной органами власти. Такое высокое значение СМИ приобрели, благодаря не только исполняемым ими функциям в обмене и распространении информации, но и влиянию, которое они способны оказывать как на сознание конкретного индивида, так и на формирование общественного мнения.

Обсуждение. Результаты. В период бурно развития и популяризации массовой культуры СМИ выступают

как агент социализации; от того, в какой форме ими транслируется информация, какого она характера, какие новости преобладают в информационном поле, во многом зависит становление мировоззрения поколения.

Неудивительно, что возможности средств массовой активно используются представителями политической сферы жизни общества, в целом, и государственным аппаратом реализации власти, в частности. Роль СМИ в данном процессе – посредник между обществом и государством.

В идеальном, утопическом представлении о деятельности средств массовой информации как об агенте государства, они должны предоставлять потребителю информацию, отвечающую требованиям достоверности, объективности и достаточности, отражать, происходящие на внутреннем и внешнем государственном уровнях, события без искажения.

Однако на практике сложно с уверенностью говорить о том, что деятельность СМИ является объективной и независимой. К сожалению, в связи

со многими, по своей сущности, субъективными факторами средства массовой информации в современном мире используются как инструмент политического и общественного давления, пропаганды и управления общественным мнением.

Таким образом, мы считаем, что проведение краткого анализа современного российского информационного поля на предмет наличия в нём средств массовой информации, которые представляют государственную позицию, с неоднозначно объективной стороны.

Представленная точка зрения позволит сделать вывод об актуальности указанной проблемы в социологическом исследовательском поле в России, что позволит проводить её дальнейшие исследования.

Выявление данной проблемы говорит о том, что некоторые представители власти не стремятся к построению адекватного диалога с общественным, а формируют общественное мнение, исходя из собственных интересов.

Рассматриваемая роль и место СМИ в информационном поле России с аксиологической точки зрения, нам представляется недостаточно верной, поскольку нами выбрана позиция анализа не с позиции представления о СМИ как сообщения (имеется в виду термин, введённый М. Маклюэном: «Средство коммуникации есть сообщение»[9]), а как технологию воздействия на изменение образов, силы восприятия информации. Иными словами, транслируемые мнения и понятия остаются теми же, меняется общественное отношение к ним.

Далее, целесообразно отметить мнение К. Поппера, который высказался относительно того, что любой объективный факт поддаётся потребителю информации через призму субъективного представления [1]. Анализируя выпуск новостей, имеющий конкретный хронометраж, или печатное издание, располагающее определённым числом страниц, нетрудно найти этому подтверждение. В виду ограниченности многих факторов информационные события и рубрики подаются читателю или зрителю в последовательности, в форме и объёме, которые установил конкретный человек – сам журналист, редактор, заказчик или владелец СМИ, а если речь идёт о частной организации - с позиции актуальности, важности или востребованности информации обществом.

Говоря об историческом контексте возникновения и развития средств массовой информации, можно с уверенностью сказать, что их изначальная роль состояла в реализации процесса пропаганды мнения главенствующих социальных групп и политических лидеров. С постепенным формированием в социуме демократических представлений и установки демократического строя изменились и функции СМИ в диалоге общество-государство. Это обусловлено тем, что одновременно с демократизацией и капитализацией основных социальных институтов, СМИ приобрели независимость от государственного регулирования и финансирования, стали формировать рынок средств массовой информации, была провозглашена свобода слова и печати,

что привело к возникновению, а в дальнейшем - и к обострению конфликта между государственными организациями и собственниками независимых медиа.

Одним из итогов подобного противостояния стало создание в 40-е гг. XX в. в США Комиссии по свободе прессы. В её состав вошли не только, обладающие авторитетом журналисты и представители прессы, но и политики, видные учёные-социологи, лидеры общественных организаций. Главными достижениями работы Комиссии стали разработка теории социальной ответственности медиа и принятия этического кодекса журналиста.

В настоящее время современное российское общество находится в состоянии транзитивности – перехода от авторитарного к правовому государству, предполагающего сочетание авторитарных и либерально-демократических элементов в социально-политической жизни и действующем законодательстве. В связи с этим, и деятельность СМИ подчиняется определённым рамкам-ограничителям функционирования, которые во многом зависят не только от политических решений, но и культурных, социальных, правовых и экономических факторов.

Таким образом, на современном этапе развития российского общества достаточно сложно определить место, занимаемое СМИ в современной системе социально-политических отношений, возможность их трансформации, а также положение, которое средства массовой информации занимают в процессе отправления политики.

Однако мы можем с уверенностью констатировать, что более заметную роль в политическом процессе средства массовой информации стали приобретать с середины XX века. Этому способствовало развитие и распространение телевидения как одного из самых действенных инструментов журналистики, оказывающих влияние на сознание потребителя с помощью зрительного контакта и наглядных образов. Постепенно данное место занимает Интернет-пространство, соревнуясь на сегодняшний день с телевидением в формировании общественного мнения.

Согласно социологическим данным, для шести из десяти россиян основным источником новостей о происходящих в стране событиях является именно телевидение, а доверяют информации, полученной из федеральных каналов, 78% жителей страны.

Итак, мы можем утверждать, что телевидение занимает главенствующее положение в структуре российских СМИ, что делает его одним из наиболее желанных и результативных инструментов оказания влияния на общество. При этом нельзя однозначно утверждать, что российские телеканалы находятся в равном положении как источники информации: то есть, не имеют равного объёма влияния на аудиторию и общественные процессы.

Согласно Указу Президента Российской Федерации «Об общероссийских обязательных общедоступных телеканалах и радиоканалах» от 24 июня 2009 г. № 715, в России появился список телеканалов, обязательных для ве-

щения во всех видах цифрового эфирного, кабельного и спутникового телевидения на всей территории страны. К таким каналам относятся: – Первый канал; – Россия-1; – Культура; – Россия-24; – Карусель; – ТВ Центр.

Данные каналы полностью принадлежат государству, контролируются им. Следовательно, и подаваемая информация будет иметь характер государственной доктрины.

Основные темы трёх из перечисленного списка каналов имеют основным направлением деятельности освещение российских и мировых политических событий. Наибольшей популярностью среди их продуктов у аудитории пользуются аналитические политические программы или дебаты.

Начиная со второй половины 90-х годов прошлого века, в российском медиа-пространстве появляется всё больше «новых медиа», представленных в форме электронных сетевых изданий, то есть, действующих в сети Интернет. По своей сути, большинство данных изданий дублируют функции и характер проправительственных телеканалов. Среди них - ресурсы РБК, «РИА Новости», «Вести.ру», Lenta.ru и многие другие. При этом в российском

информационном поле также действуют оппозиционные СМИ, однако, их представленность и популярность среди аудитории достаточно мала, а ведь именно эти факторы определяют значимость СМИ в современном политическом процессе и в проблеме формирования общественного мнения.

Заключение. В заключении хотелось бы отметить, что помимо самих средств массовой информации, значительное влияние на общество могут оказывать агрегаторы новостей и активно развивающиеся в пространстве Интернета социальные сети, среди которых также выделяются государственные и частные СМИ. С точки зрения свободы слова, формальных нарушений и каких-либо ограничений мы не видим, что подтверждается свободной деятельностью в нашей стране оппозиционных средств массовой информации. Однако при анализе деятельности средств массовой информации мы должны помнить, что независимо от формы собственности и принадлежности СМИ, государственный аппарат власти обладает рядом действенных инструментов и методов влияния, с помощью которых может осуществлять процесс регулирования и управления информационным полем.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

Литература:

1. Popper, K. *After the Open Society: Selected Social and Political Writings*. L. and N. Y.: Routledge, 2008. 493 p.

2. Боров, В.Ю. Воздействие средств массовой информации на формирование мировоззрения. // *Культура и мировоззрение*. Вып. 2. М., 1984.
3. Брайант, Дж., Томпсон, С. Основы воздействия СМИ. М. 2004.
4. Ворошилов, В. Правовые и этические нормы журналистики. М., 2001.
5. Геворгян, А.Э. Формирование общественного мнения средствами массовой коммуникации в современной России (социально-философский анализ): дис. ... канд. филос. наук. Краснодар, 2006.
6. Данилова, А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации / А.А. Данилова. М.: Добросвет, КДУ, 2009.
7. Засурский, И.И. СМИ и власть. Россия девяностых. М., 2002.
8. Кузнецов, Г. Так работают журналисты ТВ. М., 2000.
9. Маклюэн, М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / Пер. с англ. В.Г. Николаева, закл. ст. М. Вавилова. М.: КАНОН-пресс-Ц; Жуковский: Кучково поле, 2003. С. 22.
10. Науменко, Т.В. Массовая коммуникация и методы ее воздействия на аудиторию // *Философия и общество*. 2004. № 1.
11. Указ Президента Российской Федерации «Об общероссийских обязательных общедоступных телеканалах и радиоканалах» от 24 июня 2009 г. № 715 // *Справ.-прав. система «Консультант Плюс»*.

References:

1. Popper, K. *After the Open Society: Selected Social and Political Writings*. L. and N.Y.: Routledge, 2008. 493 p.
2. Borev, V.Y. *The impact of mass media on the formation of a worldview*. // *Culture and worldview*. Issue 2. M., 1984.
3. Bryant, J., Thompson, S. *Fundamentals of media impact*. M. 2004.
4. Voroshilov, V. *Legal and ethical norms of journalism*. M., 2001.
5. Gevorgyan, A.E. *Formation of public opinion by mass communication in modern Russia (socio-philosophical analysis): dis. ... candidate of Philos. sciences'*. Krasnodar, 2006.
6. Danilova, A.A. *Manipulation of the word in the media* / A.A. Danilova. M.: Dobrosvet, KDU, 2009.
7. Zasursky, I.I. *Mass media and power. Russia of the nineties*. M., 2002.
8. Kuznetsov, G. *This is how TV journalists work*. M., 2000.
9. McLuhan, M. *Understanding Media: external extensions of a person* / Translated from English by V.G. Nikolaeva, zakl. art. M. Vavilova. M.: CANON-press-Ts; Zhukovsky: Kuchkovo field, 2003. p. 22.
10. Naumenko, T.V. *Mass communication and methods of its impact on the audience* // *Philosophy and society*. 2004. No. 1.
11. *Decree of the President of the Russian Federation "On All-Russian mandatory public TV channels and radio channels" dated June 24, 2009 No. 715* // *Reference.- right. the Consultant Plus system*.

Информация об авторах:

Абрамов Максим Алексеевич, доктор философских наук, доцент, профессор ЧОУ ВО «Ессентукский институт управления, бизнеса и права», Ессентуки, e-mail: 6225353@gmail.com

Попова Татьяна Владимировна, кандидат юридических наук, доцент, докторант ЧОУ ВО «Ессентукский институт управления, бизнеса и права», Ессентуки, e-mail: 2277321@gmail.com

Скворцов Дмитрий Владиславович, кандидат юридических наук, доцент, докторант ГАОУ ВО «Невинномысский государственный гуманитарно-технический институт», Невинномысск, e-mail: 773622kor@mail.ru

Моргачев Олег Леонидович, соискатель ЧОУ ВО «Ессентукский институт управления, бизнеса и права», Ессентуки, e-mail: Olegmorgachev@yandex.ru

Maxim A. Abramov, Doctor of Philosophy, Associate Professor, Professor of the Essentuki Institute of Management, Business and Law, Essentuki

Tatiana V. Popova, Candidate of Law, Associate Professor, doctoral student of the Essentuki Institute of Management, Business and Law, Essentuki

Dmitry V. Skvortsov, Candidate of Law, Associate Professor, doctoral student of the Nevinnomyssk State Humanitarian and Technical Institute, Nevinnomyssk

Oleg L. Morgachev, applicant of the Essentuki Institute of Management, Business and Law, Essentuki