

РОЛЬ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ ИДЕОЛОГИИ БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВА

Нюнько Ю.П.

Научный руководитель: к.ф.н., доцент Коновалова А.А.
Белорусский национальный технический университет

Белорусская социально-экономическая модель предполагает эффективное использование государственных институтов во всех сферах нашей жизнедеятельности, и информационный сегмент здесь не является исключением. Современные политические процессы во многом зависят от СМИ.

Особенности деятельности средств массовой информации в Республике Беларусь наиболее продуктивно рассматривать с научной точки зрения, отталкиваясь от реальной информационной стратификации нашего общества. Суть ее в том, что информационное поле — это устойчивая совокупность социальных и политических связей и отношений, в которых массовая информация выступает как социальный и политический ресурс, а журналистика и/или СМИ как социальный и политический институт. В настоящее время СМИ являются одновременно и объектом идеологического воздействия, и субъектом идеологических процессов.

Будучи одновременно и продуктом, и средой общения, информационное поле, создаваемое СМИ, не может быть политически нейтральным. Оно всегда благоприятствует одним социальным группам, и не выгодно для других. В силу этого источники информации, конкурирующие за аудиторию, создают разнородные информационные потоки, которые постоянно его преобразуют. При этом СМИ выступают в двойной роли. С одной стороны, они служат средством реализации гражданами права на свободу мнений и высказываний, с другой стороны, они продвигают корпоративные или узкогрупповые интересы.

Следует понимать, что идеология составляет духовную опору государства, которое в силу этого всегда будет стремиться ее распространять и защищать от критики. Идеология, образно говоря, и есть единственно возможная государственная религия, не имеющая прямого отношения ни к одной реально действующей конфессии. Поэтому всегда будет существовать противоречие между идеологией государства и идеями отдельных граждан и социальных групп. И это вполне естественно, так как большинство граждан любой страны интересуется в первую очередь то, что может им быть полезным и принести выгоду в реальной жизни. Например, с философской точки зрения марксистская идеология, безусловно, религия.

Следовательно, идеологические процессы, в свою очередь, также будут всегда требовать информационного обеспечения и сопровождения, так как прежде всего СМИ способны реально осуществлять определенную ориентацию массовой аудитории, давая ей систематически и последовательно соответствующим образом подобранную и обработанную социально-политическую информацию, призванную формировать «параллельный» мировоззрению и здравому смыслу образ окружающего мира. При этом основным механизмом реализации идеологически ориентирующей деятельности СМИ является процесс формирования общественного мнения, который в широком смысле слова тождествен идеологическому процессу, и от которого журналистика зависит сильнее, чем политика.

Важнейший объект идеологического воздействия – групповое и индивидуальное сознание. В отличие от массового сознания, представляющего собой конгломерат разнообразных идей, ценностных установок и ориентаций, идеалов, т.е. разорванного, противоречивого, неустойчивого, групповое сознание базируется на более-менее одинаковых представлениях о жизни, нормах поведения, ценностях. Поэтому духовно-идеологический процесс на уровне группового сознания более целенаправлен и предсказуем. Им легче управлять, поскольку поведение малых групп основательно исследовано социальной психологией.

Подход к журналистике как к социальному и политическому институту позволяет выделить шесть основных социальных типов СМИ в информационном поле Беларуси:

- Государственные СМИ, создаваемые и финансируемые органами государственной власти и управления.
- Государственно-общественные СМИ.
- СМИ организаций и структур гражданского общества, открыто отстаивающие и пропагандирующие их позиции и выходящие на их средства.
- СМИ коммерческого характера, создаваемые ради получения прибыли.
- СМИ неполитических структур и организаций, имеющие «узкую» специализацию и специфическую аудиторию

По данным некоторых исследований, около половины белорусов узнают новости преимущественно из Интернета. СМИ в этом сегменте представлены как непосредственно интернет-порталами, так и электронными версиями печатных изданий и телеканалов. Крупнейшими информационными интернет-порталами Беларуси являются: Tut.by, Белорусские новости (naviny.by), Onliner.by, Наша Ніва, БелТА и др.

В целях обеспечения безопасности граждан и государства с 1 июля 2010 г. поставщики интернет-услуг должны осуществлять идентификацию абонентских устройств пользователей интернет-услуг, вести учет и хранить сведения о таких устройствах и оказанных интернет-услугах.

Указ впервые регламентирует механизм ограничения доступа к информации по требованию пользователя интернет-услуг. Например, по запросу пользователя интернет-услуг поставщик обязан ограничить доступ принадлежащего этому пользователю абонентского устройства к информации, содержание которой направлено на распространение порнографических материалов, пропаганду насилия, жестокости и других деяний, запрещенных законодательством. Также, в последнее время, набрали популярность кросс-платформенные СМИ, представленные в основном в различных социальных сетях (Youtube, Telegram и др.) В Беларуси расширяется использование мобильных платформ и мессенджеров. Стабильно высокую популярность среди жителей Беларуси имеют социальные сети.

Литература

1. Ананич Л.С., Воробьев В.П. Информационное пространство Беларуси. — Минск.: МФЦП, 2015. — 248 с.
2. Воробьев В.П. Система СМИ Беларуси. — Мн.: Изд. центр БГУ, 2019. — 252 с.
3. Дмитриев Е.И. Включенность населения Беларуси и ее отдельных регионов в аудиторию средств массовой информации. — Социально-политическая ситуация в Беларуси: региональный аспект: Сб. науч. тр. — Мн.: ИСПИ, 2020. С. 67—95.
4. Министерство информации республики Беларусь [Электронный ресурс]/ Статистика – Беларусь 2021. – Режим доступа: <http://mininform.gov.by/activities/statisticheskiy/> – Дата доступа 12.04.2021

УДК 32

ПОЛИТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ГЛОБАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА

Полозняк А.В.

Научный руководитель: к.п.н., доцент Ермак О.И.
Белорусский национальный технический университет