

---

# ПОЛИТОЛОГИЯ

УДК 32:316.77:070

ББК 66.033

X 98

**З.Ю. Хуако,**

*доктор исторических наук, профессор кафедры теории, истории государства и права и политологии Адыгейского государственного университета, тел. 8(8772)52-22-14*

## **Социально-политические факторы функционирования журналистики в политической системе общества**

(Рецензирована)

**Аннотация.** В статье рассматриваются особенности функционирования средств массовой информации в политической системе общества, определяется роль журналистики в управлении общественной жизнью, анализируются институциональные признаки и функции печати, телевидения и радиовещания. Особое внимание уделяется региональным аспектам в деятельности печатных и электронных средств массовой информации.

**Ключевые слова:** журналистика, информация, политика, политическая система общества, средства массовой информации, информационное пространство, коммуникативная подсистема, политическая коммуникация, социология журналистики.

**Z.Yu. Khuako,**

*Doctor of Historical Sciences, Professor of the Department of the Theory, State and Law History and Political Science of Adyghe State University, ph.: 8 (8772) 52-22-14*

## **Sociopolitical factors of journalism functioning in a political system of society**

**Abstract.** The paper discusses features of functioning of mass media in a political system of society, the journalism role in management of public life, institutional indicators and functions of the press, television and broadcasting. Special attention is given to regional aspects in activity of printing and electronic mass media.

**Keywords:** journalism, the information, a policy, a political system of society, mass media, information field, a communicative subsystem, political communication, journalism sociology.

Журналистика — составной элемент общества, ее возникновение и генезис связаны с конкретными потребностями в области управления общественной жизнью. Периодическая печать, журналистика появляются на определенной ступени общественного развития, когда система человеческих связей, ставших общественными, усложнилась и возникла необходимость создания социального института с особыми, специфическими функциями.

Политические возможности средств массовой информации в значительной мере зависят от широкого доступа к населению, позволяющего формировать его отношение ко всей политической системе. В западных демократических странах известны факты, когда статьи в газетах, материалы, обнародованные по телевидению и радио, каналам информационных агентств, в Интернете, приводят к политическим скандалам и даже кризисам, к бескровным отставкам политических лидеров.

---

Журналистика играет важную роль в коммуникативной подсистеме, охватывающей всевозможные формы взаимодействия как внутри политической системы, так и между подсистемами. И здесь политическая коммуникация осуществляется в форме различных взаимодействий, в том числе информационных, между различными элементами политической системы, а также между политической системой и средой [1].

Потребность общества и отдельного человека в информации — объективный фактор, необходимое условие их нормальной жизнедеятельности [2]. Известный ученый-кибернетик А.И.Берг отмечал: «Прямым опытом доказано, что человек нормально может мыслить длительное время только при условии непрекращающегося информационно-общения с внешним миром. Полная информационная изоляция от внешнего мира — это начало безумия. Информационная, стимулирующая мышление связь с внешним миром так же необходима, как пища и тепло, мало того, как наличие энергетических полей, в которых происходит вся жизнедеятельность людей на нашей планете» [3].

С другой стороны, объективной закономерностью становится непрерывное возрастание объема информации, все большее ее проникновение в глубинные процессы жизни, усиление ее воздействия на сознание людей. С каждым днем увеличивается количество предприятий, организаций и учреждений, занимающихся сбором, обработкой и распространением массовой информации через печать, телевидение и радио.

Актуальным становится создание в регионах России единого информационного пространства, которое, в конечном счете, будет способствовать достижению гражданского мира и согласия. Средства массовой информации республики проходят сложный и противоречивый путь к демократии, политической культуре, постепенно приобретая новые черты, связанные, прежде всего, с демократическими преобразованиями, изменениями в доступе к информации и внедрением компьютерных и телекоммуникационных технологий.

Социально-политическими и этнополитическими факторами функционирования журналистики в политической организации общества объясняются и качественные изменения в системе средств массовой информации Республики Адыгея. С учетом особенностей общественно-политической ситуации, духовной жизни и в интересах более полного удовлетворения потребностей различных национальных групп многонационального населения возобновлено издание после длительного перерыва литературно-художественного и общественно-политического журнала «Литературная Адыгея», в структуре республиканского книжного издательства появилась русская редакция, ведется иновещание для диаспоры на адыгейском, турецком и арабском языках. Действенным информационным средством стало республиканское телевидение.

Став активным и самостоятельным элементом политической организации современного общества, журналистика выступает в качестве социально-политического института, средства управления социальным поведением и трансляции культуры. На политическую направленность средств массовой информации оказывают значительное влияние определенные социальные группы, политические партии и движения, общественные и национально-культурные организации.

Журналистика как составная часть политической системы общества выполняет специфические задачи: участвует в создании и укреплении политической системы, формировании и утверждении новых общественных отношений, повышении политической культуры, в процессе политической социализации. Среди факторов, влияющих на политическую социализацию личности, главенствующее положение занимает нравственное и идейно-политическое воздействие общества через политическую систему, социально-классовую структуру, политическую культуру, средства массовой информации и т.д.

В качестве одного из универсальных социальных и политических институтов, неизбежно включенных в поли-

---

тическую социализацию членов общества, журналистика может и должна служить в условиях демократии средством утверждения приоритета общечеловеческих ценностей, консенсусных способов политического участия, возвышения нравственно-этических стимулов гражданского поведения, повышения способностей гражданина к инокультурным контактам. Печать, телевидение и радио одновременно должны быть действенным каналом установления обратной связи личности с политической системой, т.е. уделяя определенное внимание самостоятельной переработке информации.

В процессе политической социализации журналистика призвана показывать общественно-политическую практику, давать постоянную ориентацию, своевременно корректировать действия людей.

Журналистика невольно оказывается в сетях свободного рынка и предпринимательства, жесткой конкуренции, которые диктуют свои подходы к добычанию, отбору и подаче политической, социальной информации, к трактовке фактов политической жизни. «Массированное» присутствие окружающего мира, — сказано в книге «Цивилизация досуга» бельгийского издательства «Жерар», — не оставляет времени на раздумья и критическое осмысление происходящего. Значение событий умалняется, ибо все ежеминутно претерпевает изменения, и каждое последующее событие вытесняет предыдущее. Поставщики информации непрестанно изыскивают «сенсации», которые зачастую представляют собой не что иное, как преувеличение или искажение фактов. Такая информация, измельченная или бьющая на эмоции, возбуждает любопытство (ставшее в известной степени рефлексорным), но делает его поверхностным и нездоровым» [4].

Социология журналистики, прежде всего, связана с изучением эффективности, степени воздействия на общественное мнение печати, телевидения и радио, умением занять свою «читательскую нишу», аудиторию. Это комплексная проблема, требующая всестороннего анализа объекта. Социология

журналистики предполагает свой предмет исследования, свои методы, свои особенности, трудности, которые объясняются, в первую очередь, сложностью объекта воздействия — человека, его сознания, его внутреннего мира.

Социология средств массовой информации, как правило, начинается с выяснения влияния публикаций печатных периодических изданий, телевизионных и радиопередач на поведение индивидов в той или иной общественно-политической ситуации, установления социальной, национальной и личностной характеристики аудитории.

Ощутимых результатов не дает в социологии журналистики количественный подход к изучению аудитории читателей, телезрителей и радиослушателей. При определении эффективности средств информационного воздействия необходимо использовать многообразные методы исследования. Эффективность функционирования журналистики в политической системе зависит, наконец, от социального контекста, от характера общества и соответствия (согласованности) или несоответствия (несогласованности) содержания средств массовой информации состоянию общества.

Социально-политические аспекты функционирования журналистики предполагают всестороннее исследование интересов, формируемых отношением субъекта к печатному слову, передачам телевидения и радио, идеям, материалам, распространяемым массовыми источниками социальной информации. В данном случае под интересом понимается «объективное явление, связанное с бытием предмета, которое не сводится к сознанию и воле» [5].

Говоря о читательских интересах в контексте конкретно-социологического исследования деятельности газет и журналов, прежде всего, имеются в виду основные признаки, определяющие специфику отношения тех или иных групп читателей к разделам и рубрикам, тематической направленности, модели периодического издания. Ученый-практик советской журналистики 20-х годов В.А.Кузьмичев, обращаясь к проблемам воспитания со-

---

диальной активности через газету, считал, что умелый отбор фактического материала для публикации влияет на динамику развития интересов человека. Он утверждал: сам интерес читателя изменяется и поднимается на высокую ступень; от частных фактов, характеризующих практическую деятельность человека, интерес поднимается к фактам, связанным с самой проблемой газетной кампании; «интерес наблюдения общественной деятельности незаметно переходит в наблюдение того, как эта деятельность производится; интерес к тому, что выполняется, переходит в интерес к методам управления» [6].

В постсоветском обществе под влиянием новых нарождающихся социально-политических и рыночных отношений теряется былое внимание к обратной связи средств массовой информации с аудиторией. Свидетельство тому — публикуемые в каждом номере газеты или журнала предупреждения-напоминания: «рукописи не рецензируются и не возвращаются», «редакция не отвечает на письма и не вступает в переписку с читателями» и т.п.

Вместе с тем действенное функционирование журналистики в политической системе общества невозможно без глубокого и постоянного изучения аудитории читателей, зрителей и слушателей. Думается, для более полного выяснения потребностей в политической и социальной информации различных слоев населения Республики Адыгея, составления моделей информационных блоков в газетах, телевизионных и радиопередачах, всестороннего изучения читательских интересов с учетом этнополитической ситуации, миграции и демографических изменений редакции газет, телевидения и радио могли бы эффективно пользоваться возможностями и услугами кафедры философии и социологии АГУ и отдела философии и социологии республиканского института гуманитарных исследований.

Рассмотрение социально-политических аспектов функционирования журналистики в полиэтнической среде показывает, что публикации в печати, телевизионные и радиопередачи,

не учитывающие межэтнические отношения и способствующие нарушению этнополитического равновесия и стабильности, порождают напряженность, болезненную реакцию в этническом сознании, способы вынужденной самозащиты, хотя и не всегда оправданные и необходимые.

Еще одна необходимость — соблюдение в процессе деятельности средств массовой информации интересов национальных и языковых меньшинств, специфических потребностей этносов и этнонациональных групп.

Уровень развития средств массовой информации в основном обусловлен уровнем развития политической системы общества. Эта закономерность раскрывается, проявляется в форме непрерывного и взаимообусловленного взаимодействия журналистики и объекта воздействия — ее аудитории, производителя журналистской (политической, социальной) информации и потребителя.

Обращение к историческому опыту национальной прессы показывает, что национальные особенности журналистики, как правило, связаны с особенностями исторического развития того или иного народа. Таким образом, можно говорить в определенной мере о закономерности развития и функционирования журналистики в национальных формах, о присутствии ей национального характера.

Анализ системы прессы, типологии печатных периодических изданий в национальных республиках Российской Федерации подтверждает необходимость дифференцированного подхода при их создании, учета особенностей аудитории, функций и предмета отображения. Скажем, рост национального самосознания народов Северного Кавказа порождает стремление к выпуску газет регионального масштаба. В определенной мере можно говорить о появлении региональной системы печати, имея в виду экономическую и культурную общность входящих в него национально-государственных образований и учитывая экономические отношения, культурные связи, нацио-



---

нальный состав населения, близость, схожесть, частичное или полное совпадение традиций, обычаев, исторических судеб наций и народностей многонационального края.

Важное место в этих процессах занимают русскоязычные средства массовой информации, которые были и остаются важнейшим каналом международного общения, взаимообогащения культур, укрепления связей, установления братского сотрудничества, узнавания друг друга, сохранения мира и стабильности.

Национальные средства массовой информации сочетают воедино в себе удовлетворение не только общественно-политических, но и национальных потребностей, интересов, непосредственно связанных с утверждением национального достоинства, национальным своеобразием и многообразием, особенностями духовной жизни, сохранением самобытности, традиций, развитием языка, культуры и т.д.

Германский теоретик журналистики Эмиль Довифат в труде «Газетная наука» рассматривает формально-правовые гарантии функционирования печати в обществе, отношения печати и правительства, пределы личной ответственности журналиста за содержание публикаций и т.д. Размышляя о социально-политических факторах функционирования журналистики в политической системе и ее потенциальных возможностях, он пишет: «В крупных исторических событиях последнего столетия мощь прессы стала очевидной, общая социальная и культурная жизнь нового времени зависит от нее сильнее всего образом, государство и экономика, общество и дух людей с помощью ее приобретают иные формы» [7].

В условиях свободного рынка журналистам, политикам, официальным лицам приходится учиться искусству взаимодействия. Даже в обществе с давними демократическими традициями средства массовой информации испытывают давление тех или иных социально-политических сил, структур власти. В результате принцип свободы слова становится формальным, подвер-

женным определенным политическим соображениям.

Информационные агентства, органы печати ряда стран, к примеру, прикрываясь демагогическим термином «свободный блок информации», насаждают двойные стандарты в подаче информации и этнический подход, который постоянно и зримо присутствует в поступающих от них сообщениях и комментариях. Западные информационные агентства нередко передают искаженную информацию о тех или иных важнейших общественно-политических событиях.

Филипп Харис, профессор Института средств массовой информации при Лестерском университете и эксперт ЮНЕСКО, проанализировал 4139 информационных сообщений Рейтер, Франс Пресс и Юнайтед Пресс Интернэшнл, переданных в течение одного месяца. В результате он пришел к такому выводу: «Информационные агентства дают ущербное представление о третьем мире. Они подходят к третьему миру с этнических позиций и стремятся только лишь удовлетворить потребности рынка информации, находящегося под контролем Запада» [8].

Иногда некоторые темы неделями и месяцами не сходят с первых страниц газет и экранов телевизоров. Тем самым западные средства массовой информации раздувают особые события в жизни стран третьего мира, которые связаны с решением внутренних проблем на основе их собственных культурных традиций. При этом незамедлительно начинаются ссылки на нарушение прав человека, отсутствие свободы личности и демократии. Раздуваются громкие скандалы, а иногда даже прибегают под этим предлогом к вооруженной интервенции.

Это тоже реалии социально-политических аспектов функционирования независимых средств массовой информации в политических системах современных демократических обществ.

Информация и политика сосуществуют в одной политической системе, но они живут по разным законам. Заблуждаются те, кто считает информацию спутником политики. Напротив,

---

в политической игре политики часто скрывают правду о тех или иных событиях. В результате политика и информация неизбежно вступают в противоречие, и средства массовой информации в цивилизованном обществе создают необходимое оппозиционное поле во благо развития цивилизации.

Насколько отличаются друг от друга политические режимы (например, авторитаризм и демократия), настолько же различаются принципы и нормы, лежащие в основе функционирования средств массовой информации в соответствующей политической системе.

В демократической политической системе по отношению к журналистике действуют механизмы контроля граждан, общества за деятельностью печати, телевидения и радио, сфера действия которых ограничена законами, институтами, отражающими и поддерживающими свободу информации. Эти институты определяют границы ответственности журналистов и политиков перед гражданами и обществом. Широко декларируется принцип: без свободных средств массовой информации нет свободного политического строя. В условиях, когда демократия включает в себя публичные дебаты и независимое принятие решений, крайне существенным становится свободный обмен идеями, мнениями и информацией. Газеты, журналы, телевидение и радио служат средством проведения дискуссий и источником информации, на основе которой могут приниматься решения.

В авторитарных обществах журналистика в значительной степени контролируется государством. И процесс демократизации предполагает освобождение печати, телевидения и радио от удушающих объятий государственного контроля. Власть в тоталитарной системе господствует над журналистикой, резко ограничивает права и свободы журналистов, средств массовой информации, жестко регламентируя нормы и принципы их деятельности.

Переходный период в Российской Федерации характеризуется тем, что провозглашена независимость средств массовой информации, отменена цензу-

ра и т.д. Между тем в российских средствах массовой информации наметились определенные перекосы, перегибы, издержки, порождающие критическую направленность гласности в ущерб конструктивной гласности, связанные с публикациями резкого, иногда подстрекательского, не уважающего человеческое достоинство характера. В угоду безумному очернительству, охаиванию всего и вся газеты, телевидение и радио отошли от проблем труда и созидания, осуществления принципа социальной справедливости, приобщения людей к извечным общечеловеческим ценностям.

Вопросы, связанные со свободой печати, находили отражение в политической мысли, начиная еще с середины семнадцатого века. Протестуя против любых ограничений свободы каждого человека выражать свои мысли и чувства с помощью печати, английский поэт и общественный деятель Джон Мильтон говорил: «Дайте мне... свободу знать, свободу выражать свои мысли, а самое главное, свободу судить по своей совести» [9].

Свобода слова и свобода печати считаются важнейшими символами западной цивилизации. Либеральная концепция свободы, опирающаяся, в частности, и на так называемый «саморегулирующийся процесс» отыскания истины на «открытом рынке» идей, не всегда срабатывает по отношению к средствам массовой информации, если срабатывает, то не по цивилизованным правилам.

Информационный аспект анализа различных патологий и катастроф в сложных системах (живых, социальных, экономических и т.п.) показывает, что информация может быть средством организации и дезорганизации. Не без основания считается, что именно информационные процессы — первопричина многих глобальных катастроф и социальных катаклизмов. Некоторые ученые говорят о необходимости «уменьшить возможности для манипуляции информацией», заставить «информацию работать на организацию и созидание, а не на дезорганизацию и разрушение» [10].

Современные исследователи журналистики отмечают особенности и значение представленных в региональных и федеральных средствах массовой информации позитивных этнических стереотипов в обеспечении безопасности и сохранении культурной целостности инго национального Северного Кавказа [11].

Политические и ценностные ориентиры средств массовой информации — важнейший социально-политический аспект функционирования журналистики. Сегодня становятся актуальными проблемы манипуляции средствами массовой информации, контроля их деятельности при проведении референдумов, выборов, различных политических и военных акций, превращения информации в оружие информационной войны, информационной агрессии. Американский ученый-кибернетик Норберт Винер, особо подчеркивая воздействие средств массовой информации на обывателя, предупреждал: «... Одна политика обмана заставит его покупать определенную марку папирос, другая побудит его голосовать за определенного кандидата или принять участие в охоте за ведьмами. Иллюстрированная газета будет продаваться благодаря некоторой точно установленной смеси религии, порнографии и псевдонауки. Для определения рецептов этой смеси имеется механизм радиоопросов, исследования общественного мнения и других психологических исследований, объектом которых является простой человек, и всегда находятся статистики, социологи и экономисты, готовые продавать свои услуги для этого обмана» [12].

К распространению лживых сведений средства массовой информации прибегают потому, что это один из самых легких методов дезинформации населения, позволяющий вместе с тем обеспечить целенаправленное воздей-

ствие на общественное мнение, осуществление конкретных политических задач, отвлечение внимания читателей от событий, распространение сведений о которых противоречит интересам тех или иных партий, властных структур.

Средства массовой информации, не будучи организационно обособленным институтом, являлись органами соответствующих партийных комитетов и Советов народных депутатов, массовых общественных организаций и т.д. Это своеобразное положение средств массовой информации в политической структуре советского общества обуславливало наличие у них свойств и качеств, присущих и партийным, и государственным, и общественным организациям. Отсюда и общность организационной структуры редакций газет и журналов, телевидения и радиовещания со всеми элементами политической системы советского общества.

Свобода средств массовой информации в обществе (если свобода существует в абсолютном виде вообще) находится в прямой зависимости от их экономической и финансовой самостоятельности. При отсутствии механизма регулирования взаимоотношений журналистов, политиков, официальных лиц, властных структур, условий для свободного существования печати, телевидения и радио не в полной мере работают законы о средствах массовой информации на федеральном и региональном уровне.

Как нельзя кстати слова Максима Горького: «В данное время — время неопределенного шатания мысли, нищеты духа и упадка жизнеспособности — пресса более чем когда-либо должна быть на страже чистого и честного, более резко и живо будить совесть общества и поддерживать в нем надежду на себя самого и веру в лучшее будущее» [13].

#### Примечания:

1. «Журналистика» в данном случае означает деятельность по сбору, обработке и периодическому распространению социальной информации, а также продукцию журналистской деятельности.

2. Термин «информация» употребляется в более узком смысле, чем в социальной психологии, социологии, кибернетике и других специальных науках. Здесь говорится об информации в журналистике, информации политической, социальной.

3. Берг А.И. Кибернетика и общественные науки // Методологические проблемы науки. М., 1964. С. 259-260.

- 
4. См.: Литературная газета. 1968. 30 сентября.
  5. См.: Глезерман Г.Е. Интерес как социологическая категория // Вопросы философии. 1966. №10. С. 52.
  6. Кузьмичев В.А. Организация общественного мнения: печатная агитация. М., 1929. С. 100.
  7. Цит. по: Ученова В.В. Публицистика и политика. М., 1973. С. 138.
  8. Третий взгляд. 1994. №28. С. 6.
  9. Мильтон Д. О свободе печати: речь к английскому парламенту (Ареопагитика). М., 1907. С. 45.
  10. См.: Горский Ю.М. Информация как средство организации и дезорганизации // Социально-политический журнал. 1994. №3-6. С. 194-195.
  11. См.: Акопян Н.А. Средства массовой информации как способ формирования стереотипов массового сознания // Вестник Ставропольского государственного университета. 2008. №56. С. 189-190.
  12. Винер Н. Кибернетика. М., 1968. С. 233.
  13. М. Горький о печати. М., 1962. С. 36.

#### References:

1. «Journalism» in this case means activity on gathering, processing and periodic distribution of the social information and also the production of journalistic activity.
2. The term «information» is used in a narrower sense, than in the social psychology, sociology, cybernetics and other special sciences. Here we speak about the information in journalism, political and social information.
3. Berg A.I. Cybernetics and social sciences // The methodological problems of science. М., 1964. P. 259-260.
4. See: Literaturnaya gazeta. 1968. September, 30th.
5. See: Glezerman G.E. Interest as a sociological category // Philosophy Questions. 1966. №10. P. 52.
6. Kuzmichyov V.A. The public opinion formation: printing propaganda. М., 1929. P. 100.
7. Quoted on: Uchyonova V.V. Political journalism and politics. М., 1973. P. 138.
8. The third opinion. 1994. №28. P. 6.
9. Milton D. On the freedom of the press: speech addressed to the English Parliament (Areopagitica). М., 1907. P. 45.
10. See: Gorsky Yu.M. Information as organization and disorganization means // Socio-political journal. 1994. №3-6. P. 194-195.
11. See: Akopyan N.A. Mass media as a way of formation of mass consciousness stereotypes // Bulletin of the Stavropol State University. 2008. №56. P. 189-190.
12. Wiener N. Cybernetics. М., 1968. P. 233.
13. M. Gorky about the press. М., 1962. P. 36.