

## РОЛЬ ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ В ОСУЩЕСТВЛЕНИИ КОММУНИКАЦИОННОЙ ФУНКЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

**Савоневская М.О.**

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь*

*Николаева Л.В. – канд. ист. наук, доцент*

В докладе дана характеристика специфики роли электронных СМИ в реализации коммуникативной функции политической системы в информационном обществе.

В наше время происходят трансформации политических систем, они преобразовываются в медиапредставительские [1, с. 29]. Информационные технологии играют ключевую роль в этом процессе. Проникая в политическую сферу, ИКТ преобразуют традиционные модели взаимодействия между ее элементами, в частности, взаимоотношения между политическими институтами и индивидами. Это ведет к изменению политических представлений, установки и стереотипов. Актуальным становится вопрос о политических реалиях формирующегося общества. По мнению М. Кастельса, информационное общество – это общество сетевое, в котором источником власти выступает принадлежность к какой-либо информационной сети. Процесс политизации киберпространства сопровождается большей степенью вовлечения граждан в политические процессы. Реализации этих процессов активно способствуют СМИ, использующие мультимедийные и интерактивные технологии [1, с. 30–31].

Давайте более подробно рассмотрим пример такого сетевого взаимодействия, как социальные сети и мессенджеры, которые уже давно примерили на себя роль электронных СМИ. Социальными сетями пользуется 4,35 млн белорусов (46,1 % населения), аудитория данных изданий преимущественно среднего возраста. Достоинства СМИ в социальных сетях и мессенджерах состоит в свободе передачи информации и ее мгновенном распространении [2]. При этом информация, передаваемая СМИ, перестает носить массовый характер и, как правило, имеет целевую аудиторию.

В информационном обществе знания и информация становятся капиталом нового типа, важнейшим ресурсом власти, на фоне которого сила и материальные ресурсы несколько утрачивают свое влияние. Обладание полной и качественной информацией дает субъектам преимущества в политическом процессе. Это подтверждает, что данные СМИ являются, так называемой, «четвертой властью»: независимы и оказывают мощнейшее влияние на общественное сознание, что в свою очередь играет одну из определяющих ролей в формировании общественного мнения. Одной из важнейших целей информационного общества является обеспечение политических, социальных и правовых гарантий доступности для каждого гражданина всей информации, необходимой для решения актуальных проблем. Следовательно, без масштабной информатизации населения невозможен переход к обществу нового типа, в свою очередь борьба за власть в информационном обществе отождествляется с борьбой за контроль над информацией.

Далее рассмотрим некоторые сетевые площадки в виде социальных сетей и мессенджеров, которые СМИ активно используют для освещения политической сферы среди населения и их актуальность на данный момент, по мнению автора.

Instagram в Беларуси – лидер среди соцплатформ с аудиторией 3,7 млн, преимущественно молодого и среднего возраста, по версии сайта rating.by.net. [3]. Instagram является популярной площадкой для белорусских СМИ. Информация подается в форме мультимедиа, называемых «постами» с возможностью комментирования, что является достаточно важным условием для выбора площадки с целью получения информации. Пользователю предоставляется выбор в плане конфиденциальности личной информации, следовательно, комментирующий сам отвечает за свою безопасность. Выставленный «пост» появляется в общей ленте пользователя, который, так или иначе, получит данную информацию, если наткнется на нее. Вместе с важными политическими новостями, выложенными СМИ, в ленте также содержится развлекательный контент иных пользователей платформы, то есть без конкретной цели узнать какую-либо информацию, пользователь, возможно, ее не заметит. Однако на данной платформе легко распространяются «громкие» события, вызывающие эмоции и чувства пользователей, которые захотят поделиться с собственным мнением, нередко затрагивая статью какого-либо СМИ, тем самым популяризируя его.

По данным DB3, в ноябре 2020 г. 43% белорусов использовали Telegram в качестве мессенджера, причем аудитория – пользователи различных возрастных категорий. Площадка является простой, доступной и безопасной для пользователя в плане конфиденциальности. Популярность для СМИ состоит в том, что мессенджер представлен в виде тематических каналов. И, хотя аудиторию необходимо завлечь, она уже является целевой. Достоинством является простота в коммуникации, т. к. даже если СМИ-канал не предоставил возможность комментировать статью, люди могут самостоятельно сформировать группу для обсуждения и дискуссий.

Статистические данные различных белорусских СМИ подтвердили, что Twitter входит в топ-5 крупнейших соцсетей. Площадка популярна как среди СМИ, так и у известных политических деятелей. Преимущество Twitter: нет необходимости завлекать аудиторию. Пользователи сами идут за конкретным родом информацией. Они знают, что их интересует, свою позицию и мнение и, естественно, готовы активно ее обсуждать, в чем Twitter предоставляет им безопасность личных данных.

TikTok является молниеносно растущей площадкой, причем на удивление, среди пользователей всех возрастов. Информация несет, в частности, развлекательный характер и представлена в формате коротких видео, но используется СМИ для огласки «острых» событий (пиара), либо поиска целевой аудитории, к примеру, в те же Telegram-каналы. По большей части площадка используется именно пользователями-потребителями информации для освещения собственного мнения.

Площадка Facebook стала менее популярна среди белорусов, чем ранее. Белорусские СМИ неохотно освещают внутренние проблемы страны на данной международной площадке. База белорусских пользователей в основном неактивна и не заинтересована политической сферой, основной возрастной диапазон – люди старше 40 лет.

Медиакратия успешно воздействует на сознание общества посредством психологических приемов. В настоящее время людей легко напугать, убедить, что-то донести, внушить, используя не аргументы, а всевозможные приемы для привлечения, в целом те же, что используют социальные сети для распространения популярных тем. Специфика Интернета проявляется в новом распределении ролей в процессе коммуникации. В отличие от традиционных СМИ здесь уже присутствует не потребитель, а пользователь, который принимает непосредственное участие в формировании собственной идентичности. В поле зрения общественного мнения пользователей попадают, как правило, лишь те проблемы, факты, события, которые актуальны, и в свою очередь вызывают общественный интерес и допускают многозначное толкование, а также возможность проводить дискуссии на затрагиваемые темы.

К сожалению, независимость в использовании ресурса данного вида посредством политического манипулирования может привести к дезинформации субъекта. Проблемы с правовым регулированием информационного пространства в связи с возможностью несанкционированного доступа к определенным ресурсам, размещение запрещенных материалов и т. д. требуют государственного вмешательства для регулирования подобной деятельности. Это, в свою очередь, предлагает ограничение свободы доступа к любого рода информации [1, с. 33]. Однако, существуют и проблемы, связанные с ограничением свободы выражения мнений и доступа к информации в Интернете. Важно обеспечить прозрачность всех запросов на удаление контента, включить механизмы обжалования и предложить эффективные средства правовой защиты в случае нарушения прав. Что, однако, не решит проблему экстерриториальности в регулировании Интернет-контента, ведь полный запрет пространства, содержащего контент, рассматриваемый государством как незаконный, не является однозначным решением.

**Список использованных источников:**

1. Политические институты и процессы в информационном обществе: учеб. пособие/ И.В. Вашкевич [и др.]; под ред. И.В. Вашкевич. – Минск: БГУИР, 2018. – 236 с.
2. В каких сетях зависают белорусы и причем тут сон? [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.alfabank.by/about/articles/main/internet-love/>. – Дата доступа : 10.04.2024.
3. Digital Belarus 2022: Как изменились социальные сети в Беларуси за 2021 год? [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ratingbynet.by/digital-belarus-2022-sotsialnye-seti-v-belarusi/>. – Дата доступа : 10.04.2024.