

СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ 5

Тема: Засоби масової інформації і політичні відносини

План

1. Преса в епоху буржуазно-демократичних революцій в Західній Європі: «четверта влада».
2. Засоби масової інформації і сучасна держава.
3. Політичні функції засобів масової інформації.
4. Засоби масової інформації і суверенітет держави. Проблема інформаційної безпеки.
5. Вплив засобів масової інформації на сприйняття політики і політичної поведінки.

 **Основні поняття:** преса, буржуазна революція, демократія, вільний друк, четвертий стан, четверта влада, рептильна преса, комерціалізація преси, модернізація, традиційне суспільство, легітимація влади, держава, демократичне суспільство, державний контроль над ЗМІ, електронні ЗМІ, ідеологія, функції ЗМІ, ринок лояльностей, інформаційний простір, державна політика, інформаційна безпека держави, громадянське суспільство, електронні ЗМІ, імідж, суспільна думка, політичні події, псевдоподії, відбір інформації, візуальні ЗМІ, дебати, політична реклама, негативна політична реклама, пропаганда, політична пропаганда, політичний міф.

Методичні рекомендації

 Розкриваючи **перше питання**, необхідно розпочати із аналізу становлення і функціонування сучасних демократичних політичних інститутів в західних суспільствах, що нерозривно пов'язано із діяльністю ЗМІ. Проаналізувати пресу як політичну силу в епоху буржуазних революцій в Європі. Розкрити сутність преси з точки зору Ю. Хабермаса. Охарактеризувати політичний вплив преси в епоху англійської і Великої французької революції. Проаналізувати базову для сучасної демократії ідею про вільний друк. Розповісти про внесок Дж. Мільтона у розвиток ідеї про вільний друк (памфлет «Ареопагітика», граф Мірабо). Розказати про «четвертий стан» Т. Карлейля. Охарактеризувати співвідношення «четвертий стан-четверта влада» (наприклад, з точки зору Д. Волкова). Проаналізувати обмеження свободи друку в період спаду революційних подій в суспільстві, стабілізації політичної системи (наприклад, цензурні обмеження Наполеоном друку, книговидавництва, театральних вистав; система «рептильної преси» О. Бісмарка та ін.). Розкрити особливості комерціалізації преси у XIX століття.

 Розкриття **другого питання** передбачає аналіз студентом вільної преси як частини важливих структурних і культурних змін, які виникли у процесі модернізації. Дати визначення поняття «традиційне суспільство»; виділити основні ознаки традиційного суспільства. Назвати типи легітимації влади. Дати

визначення поняття «держава». Виділити специфічні ознаки сучасного суспільства та сучасного демократичного суспільства. Проаналізувати взаємодію держави и ЗМІ. Охарактеризувати особливості державного контролю над ЗМІ. Визначити специфіку електронних засобів масової інформації і специфіку державного контролю над ними (проаналізувати дослідження М. Прайса з даної проблематики). Проаналізувати повний контроль над ЗМІ як одну із ознак тоталітарного режиму (за К. Фріхріхом та З. Бжезинським). Охарактеризувати роль ЗМІ у затвердженні офіційної ідеології. Навести приклад підтримки тоталітарного режиму державними ЗМІ (наприклад, при нацистському тоталітарному режимі). Окреслити специфіку ЗМІ в умовах демократичного політичного режиму. Назвіть механізми регулювання ЗМІ з боку демократичної правової держави. Проаналізуйте міжнародні правові акти, які регулюють і регламентують діяльність ЗМІ.

👉 Розкриваючи **третє питання** необхідно зауважити, що враховуючи значимість ЗМІ для забезпечення нормального функціонування сучасної держави і ефективної комунікації між громадянським суспільством і державними структурами, необхідно виділити ряд політичних функцій ЗМІ. А саме: інформаційну – надання громадянам інформації про політичні події; політичної участі – ЗМІ представляють собою своєрідний суспільний форум, публічний простір, де відбувається формування суспільної думки, діалог між представниками різних соціальних і політичних сил; артикуляції – діяльність ЗМІ сприяє усвідомленню і формулюванню політичних позицій громадян, а також інтересів різних суспільних груп; політичної соціалізації – через ЗМІ відбувається залучення громадян до домінуючої політичної культури суспільства, трансляція властивих даній культурі базових цінностей і норм; мобілізаційну – активізація аудиторії до тих чи інших політичних дій, включення в політичну активність; ідеологічну (легітимуючи) – за допомогою ЗМІ аудиторії явно або неявно нав'язується певна ідеологія, завдяки чому підтримується легітимність існуючого порядку, закріплюються позиції правлячої еліти; критики і контролю – в демократичних державах вільні ЗМІ забезпечують суспільний контроль діяльності влади, надають трибуну опозиційним силам. Також необхідно зазначити, що всі багаточисельні функції можна об'єднати, і сказати, що ЗМІ відіграють значну роль у підтримці загальнонаціонального консенсусу і державного суверенітету.

👉 У **четвертому питанні** необхідно проаналізувати роль ЗМІ як механізму підтримки базового національного консенсусу з приводу загальних цінностей та ідеологем, які складають національну ідентичність, що забезпечує стабільність суспільства. Розглянути думку М. Прайса щодо ролі ЗМІ у підтримці і укріпленні національної ідентичності і національного суверенітету. Дати визначення поняттю «ринку лояльностей». Розглянути державу як важливого учасника «ринку лояльностей». Проаналізувати можливі типи реагування держави на ситуацію ускладнення контролю держави над інформаційними потоками в результаті розповсюдження Інтернету, кабельного і супутникового телебачення: по-перше, держава прагне захистити свій інформаційний простір від небажаного інформаційного впливу за допомогою різноманітних протекціоністських заходів, підтримки національних мовників і правових обмежень діяльності зовнішніх ЗМІ в межах власних державних меж;

по-друге, держава прагне впливати на інформаційний простір інших країн, що досягається різними способами: від вироблення домовленостей і все більш ефективного використання новітніх технологій до силових методів впливу. Треба зауважити, що необхідність захисту власного інформаційного простору є одним із напрямків державної політики. Виділити чотири основні складові національних інтересів в інформаційній сфері (наприклад, дотримання прав і свобод людини і громадянина в області отримання інформації і користування нею; розвиток сучасних інформаційних технологій; захист інформаційних ресурсів від несанкціонованого доступу та ін.). Проаналізувати тезу: задача забезпечення інформаційної безпеки держави ширше, ніж тільки лише підтримка і укріплення національних ЗМІ і образа національної ідентичності, що ними культивується. Проаналізувати загрози інформаційної безпеки (наприклад, загроза конституційним правам і свободам людини і громадянина в області духовного життя та інформаційної діяльності та ін.). Дати характеристику прагненню певних країн до домінування у світовому інформаційному просторі як джерело зовнішньої загрози інформаційної безпеки.

👉 **П'яте питання** передбачає аналіз ролі ЗМІ у зміні якості політичної діяльності, способу сприйняття політики, форм взаємодії суб'єктів політичної діяльності і громадянського суспільства. Проаналізувати роль електронних ЗМІ у створенні сприятливого іміджу політичного діяча. Охарактеризувати ЗМІ як головний канал впливу на суспільну думку. Назвати загальні принципи у освітленні політичного життя засобами масової інформації (наприклад, за Р. Харрісом, який виділяє основний принцип подачі політичних новин: відбір ЗМІ найбільш ключових політичних подій та ін.). Акцентувати увагу на тому, що політичні події освітлюються неоднаково детально; назвати причини та основні характеристики даного явища. Проаналізувати сутність та основні характеристики політичних «псевдоподій». Охарактеризувати механізми відбору інформації. Розкрити особливості телебачення як візуального ЗМІ у проведенні дебатів політичних діячів. Проаналізувати специфіку політичної реклами у практиці «просування» того чи іншого політика чи партії. Дати характеристику основним цілям політичної реклами, а саме: 1) впізнання ім'єні кандидата; 2) донесення до аудиторії ключових принципів його програми; 3) створення відповідного іміджу кандидату; 4) донесення до аудиторії позиції кандидата по найбільш значимим для суспільства проблемам; 5) залучення коштів. Назвати методи політичної реклами, використовуючи інформацію про методи комерційної реклами (наприклад, за Р. Харрісом: інформаційний, емоційний, патріотичний методи, метод пробудження страху, метод стимулювання почуття досягнення, гумористичний, рекомендаційний). Проаналізувати важливу складову політичної реклами – негативну рекламу, під якою розуміють критику і навіть дискредитацію політичних опонентів і складає важливий елемент політичної боротьби. Розкрити сутність ефекту політичної реклами за Р. Харрісом (глядачі сприймають негативну політичну рекламу «менш прихильно», ніж позитивну, однак запам'ятовують її краще). Охарактеризувати політичну рекламу у ЗМІ як одну із форм політичної пропаганди. Звернути увагу на те, що політична пропаганда виникла разом із масовою політичною участю і формуванням залежності політиків від

суспільної думки і суспільної підтримки. Дати визначення поняттю «пропаганда» за Г. Лассуелом; назвати основні цілі пропаганди та її зміст. Визначити роль політичних міфів у пропаганді. Перерахувати механізми пропагандистського впливу (наприклад, за Г. Блумером). Назвати три способи, завдяки яким пропаганда досягає своїх цілей за Г. Блумером. Проаналізувати особливості пропагандистського впливу з боку держави у авторитарних і тоталітарних державах. Охарактеризуйте пропаганду через ЗМІ.



Питання для самоконтролю

1. Яку роль зіграла преса у формуванні демократичних політичних інститутів?
2. Яка історія виникнення терміну «четверта влада» і що він означає?
3. Що таке «традиційна» і «сучасна» держава?
4. Яка роль СМІ в сучасній державі?
5. Опишіть взаємодію держави і ЗМІ при демократичному і тоталітарному режимах.
6. В чому полягає роль ЗМІ у підтримці національної ідентичності і суверенітету держави?
7. Що таке «ринок лояльностей»?
8. Назвіть основні формальні та неформальні форми державного контролю і регулювання ЗМІ?
9. Що слід розуміти під «інформаційною безпекою» держави?
10. Яким чином ЗМІ впливають на сприйняття політики?
11. Опишіть сутність і основні методи політичної реклами.
12. Опишіть сутність та основні прийоми пропаганди.