
РОЛЬ СМИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ РОССИИ: СОВРЕМЕННАЯ СИТУАЦИЯ

А.Л. Кочурова

Кафедра истории и теории политики
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
ул. Ленинские горы, 1, Москва, Россия, 119991

Статья посвящена анализу основных особенностей и деятельности СМИ как института политической культуры, которые должны быть направлены на повышение объективной информированности и компетентности граждан, на организацию информационных обменов между властью и гражданами. Рассмотрена социальная острота и актуальность этой проблемы, определены основные функции СМИ, отмечена тенденция увеличения роли и степени влияния СМИ на современную политическую ситуацию в России.

Ключевые слова: средства массовой информации, институт политической культуры, политическая информированность, ответственность, общество, государство.

Средства массовой информации как политический институт играют ценную гносеологическую, регулятивную и практическую роль в информационной и аксиологической составляющей общественного мнения в многоуровневом пространстве современной России. Потенциал СМИ в качестве составной части политической коммуникации рассматривали А.В. Дмитриев, Б.И. Кретов, А.И. Соловьев и др. Политическое влияние и особенности СМИ в условиях информационного общества освещались в работах Ю.Д. Бабаева, А.Е. Войскунского, А.Е. Жичкиной и др. Предметом отдельных исследований выступала специфика современного функционирования средств массовой информации в ракурсе взаимодействия триады «власть — СМИ — общественное мнение» в России. Некоторые авторы оценивали коммуникативную функцию СМИ, обеспечивающую взаимодействие между отдельными институтами политической культуры. В работе О.В. Баскаковой (см.: [1. С. 12—13]) определены роль и место СМИ в системе политических институтов современной России, исследован процесс формирования СМИ как политического института в условиях модернизации политической системы.

Традиционно к средствам массовой информации относятся: пресса, издательства, телевидение, радиовещание, информационные агентства, службы связи с общественностью и прессой, рекламные агентства.

В последнее десятилетие XX в. политическая ситуация сложилась так, что средствам массовой информации были даны огромные полномочия, которые оправдывались идеями гласности и свободы слова, стремлением к информированию населения о положительных результатах демократических преобразований, легитимацией новых политических институтов, например таких, как парламент, выборы, разделение властей.

Сегодня можно говорить о том, что СМИ не смогли донести до большинства граждан целесообразность демократических перемен. Необъективно отражая влияние результатов политических и экономических реформ на жизнь общества,

СМИ нередко вызывают к себе негативное отношение со стороны граждан, которые, разочаровавшись в масс-медиа, перестали интересоваться политикой и политическим процессом.

Среди основных отличительных особенностей СМИ как института политической культуры можно перечислить следующие: однонаправленность взаимодействия от коммуникатора к реципиенту, невозможность перемены их ролей; публичность, то есть неограниченный и надперсональный круг потребителей; непостоянный характер аудитории, которая образуется от случая к случаю в результате общего внимания, проявленного к той или иной передаче, статье, электронному информационному ресурсу; наличие специальных технических приборов, аппаратуры для передачи информации; не прямое, разделенное в пространстве и времени взаимодействие коммуникационных партнеров.

Вышеперечисленные институциональные особенности средств массовой информации, по мнению Д.В. Шутмана (см.: [7. С. 17—18]) определяют их практически неограниченные возможности в области политического влияния на общество. Это влияние прослеживается в каждой из выполняемых масс-медиа функций. Позитивную роль в качественном функционировании СМИ играют: снижение государственного контроля над содержанием материалов СМИ, внепартийность информационного вещания, отмена государственной монополии на прессу, теле- и радиовещание. К негативным факторам можно отнести: снижение значения общественных ценностей в СМИ, превращение их продукции в товар и увеличивающаяся коммерциализация медиасферы.

В настоящее время сохраняется тенденция персонификации институтов политической культуры, сопровождающаяся его эмоциональным и часто иррациональным восприятием через призму масс-медиа.

Цели и задачи СМИ различаются: с одной стороны, СМИ выступают как институт информирования общества, социальной коммуникации, образования и воспитания людей, выполняют функцию контроля за государственной властью. При этом содержание и направление деятельности средств массовой информации характеризуется соблюдением принципов гуманизма, консолидацией всех сил общества, заботой о духовном и психологическом благополучии людей, уважением прав и свобод человека, социальной ответственностью. С другой стороны, масс-медиа способны выступать в роли орудия в руках различных политических сил, финансово-промышленных групп. В этой ситуации их деятельность носит ярко выраженный субъективный, манипулятивный характер и сводится к навязыванию обществу мнения своих покровителей. Для этого используются специальные технологии, целый набор приемов и методов воздействия: прямая дезинформация, подтасовка фактов, распространение компромата и другие.

СМИ ответственны за организацию информационных обменов между властью и гражданами, за повышение политической информированности и компетентности граждан, активизацию взаимодействия в обществе. Деятельность СМИ должна быть направлена на объективное информирование, аналитическую интерпретацию и предъявление экспертной оценки событий, сбалансированное представление позиций, подключение аудитории к обсуждению актуальных вопросов.

По мнению М.А. Портнягиной (см.: [5. С. 8—9]), средой, благоприятной для социальной самоорганизации, считается Интернет. Практика гражданского участия, осуществляемая с помощью интерактивных коммуникаций в сети, позволяет вырабатывать у российских интернет-пользователей опыт демократического поведения, повышают степень их личной ответственности, веру в свою влияние.

В течение многих лет внимание политических и деловых кругов было сосредоточено прежде всего на телевидении, которое считается самым эффективным средством влияния среди всех СМИ. Исследуя роль телевидения как социального института в современном обществе, А.Р. Сагитов (см.: [6. С. 11—12]) отмечает, что современное телевидение демонстрирует недостаточное внимание к нормам и ценностям социальной системы, приемлемым формам и способам социального взаимодействия, что не приводит к культурной динамике. Это позволяет говорить об информационно-духовной дискриминации отдельных социальных и информационных моделей. Кроме того, в телевизионной политике не учитываются интегральные типы региональных, национальных, территориальных, профессиональных и других общностей, на которые направлено информационное воздействие. Социализирующий эффект информационных и просветительских программ телевидения существенно снижается.

Институциональные особенности современных СМИ проявляются через такие функции средств массовой информации, как интегративная, дифференцирующая, информативная, культурно-образовательная, а также функции формирования общественного мнения, социального контроля, политического просвещения (политизации) общества.

В последнее время наблюдается снижение внимания со стороны СМИ к своему потребителю: зрителю и читателю; возникает проблема доверия к его качеству продукции СМИ. Проявляет себя тенденция постепенной потери СМИ своей основной функции — объективного информирования и превращения в бульварную прессу и рекламные передачи.

Вести работу в направлении возрождения национального самосознания с целью поднятия престижа и достоинства страны власть и СМИ могут только вместе. Чем больше качественной информации и аргументированного мнения общество будет читать в газетах, и слышать с телеэкранов, тем спокойнее оно будет относиться ко многим политическим процессам. **Медиа-система должна быть ответственна перед обществом и государством.** Демократия восторжествует только тогда, когда каждый гражданин будет располагает возможностью беспрепятственно получать полную, объективную и своевременную информацию.

Социальная острота и актуальность этой проблемы подчеркивается перманентными дискуссиями о роли и влиянии СМИ в обществе и государстве. Например, в работе Первого форума СМИ Северного Кавказа, который прошел в Пятигорске 21—22 ноября 2013 г., были представлены 103 ведущих средства массовой информации регионов СКФО. Мероприятие состоялось под девизом «Современные медиа о современном Кавказе» (см.: [8]).

В своей речи Рамазан Абдулатипов подчеркнул, что одна из проблем, которая мало отражается в современных СМИ, — состояние русской традиционной культуры: «Данный вид культуры может формировать стержень мировоззрения человека. И СМИ должны формировать мировоззрение вместе с властью и обществом». По мнению Рамазана Абдулатипова, средства массовой информации не успевают за динамикой развития социально-экономических и политических процессов в регионах Северного Кавказа.

Во время круглого стола, который инициировала Комиссия Общественной палаты Омской области по развитию гражданского общества, коммуникаций, информационной политики, «Информационное партнерство: власть — СМИ — общество» (см.: [4]), было отмечено, что основным связующим звеном для них может быть общая культура и морально-нравственные установки. В ходе ответа на вопрос, что сейчас происходит в обществе, было отмечено появление у большинства наших соотечественников депрессивного синдрома, разочарование практически во всем, при небольшом доверии к тому, что связано с наукой, культурой, образованием. Россиянам не хватает позитивной информации, а в СМИ преобладает негативная.

Международная научно-практическая конференция «Современные социальные коммуникации в системе цивилизации и культуры» прошла 18—19 ноября 2013 г. в Санкт-Петербурге. В докладе В.Е. Семенова, например, рассматривались дисфункции современных российских СМИ: отрицательное влияние на аудиторию, психопрограммирование, кумулятивный эффект, неадекватное отражение социальных структур и персонажей-героев, вестернизация.

Все вышесказанное позволяет сделать общий вывод о том, что роль и степень влияния средств массовой информации на современную политическую ситуацию в России имеет постоянную тенденцию к увеличению. В то же время этот процесс имеет свою ярко выраженную специфику. Связано это прежде всего с тем, что трансформация политической системы советского типа в демократическую происходила в нашей стране спонтанно и разнонаправлено. СМИ, являвшиеся долгое время инструментом государственного управления, получили неограниченные возможности для становления в качестве самостоятельного института политического процесса. Однако традиции господствовавшего 70 лет патернализма начинают все более отчетливо проявляться в последнее время и тормозить наметившийся позитивный процесс демократизации. В то же время необходимо отметить, что СМИ в политическом процессе современной России смогут более качественно и эффективно выполнять свои функции, способствуя формированию в нашей стране развитого гражданского общества и правового государства.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Баскакова О.В.* Трансформация средств массовой информации в условиях модернизации политической системы России: Автореф. дисс. ... канд. полит. наук. Ярославль, 2004.
- [2] *Грабельников А.А.* Средства массовой информации постсоветской России: пятнадцать лет спустя: Монография. М., 2008.

- [3] *Грачев М.Н.* Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. М., 2004.
- [4] «Информационное партнерство: власть — СМИ — общество»: Материалы работы круглого стола, Омск, 2013 г. URL: <http://www.op55.ru/?sid=240&newsid=1549>.
- [5] *Портнягина М.А.* Современные общероссийские СМИ как фактор формирования гражданской культуры общества: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 2011.
- [6] *Сагитов А.Р.* Роль телевидения как социального института в социализации личности в современном обществе: Автореф. дисс. ... канд. социол. наук. Уфа, 2010.
- [7] *Шутман Д.В.* Особенности функционирования института СМИ в политическом процессе Российской Федерации: Автореф. дисс. ... канд. полит. наук. Владивосток, 2008.
- [8] Форум СМИ Северного Кавказа. URL: <http://govorun26.ru/news/3473>.

REFERENCES

- [1] Baskakova O.V. Transformacija sredstv massovoj informacii v uslovijah modernizacii politicheskoj sistemy Rossii: Avtoref. diss. ... kand. polit. nauk. Jaroslavl', 2004.
- [2] Grabel'nikov A.A. Sredstva massovoj informacii postsovetskoj Rossii: pjatnadcat' let spustja: Monografija. M., 2008.
- [3] Grachev M.N. Politicheskaja kommunikacija: teoreticheskie koncepcii, modeli, vektory razvitija. M., 2004.
- [4] «Informacionnoe partnerstvo: vlast' — SMI — obshhestvo». Materialy raboty kruglogo stola, Omsk, 2013 g. URL: <http://www.op55.ru/?sid=240&newsid=1549>.
- [5] Portnjagina M.A. Sovremennye obshherossijskie SMI kak faktor formirovanija grazhdanskoj kul'tury obshhestva: Avtoref. diss. ... kand. filol. nauk. M., 2011.
- [6] Sagitov A.R. Rol' televidenija kak social'nogo instituta v socializacii lichnosti v sovremennom obshhestve: Avtoref. diss. ... kand. sociol. nauk. Ufa, 2010.
- [7] Shutman D.V. Osobennosti funkcionirovanija instituta SMI v politicheskom processe Rossijskoj Federacii: Avtoref. diss. ... kand. polit. Nauk. Vladivostok, 2008.
- [8] Forum SMI Severnogo Kavkaza. URL: <http://govorun26.ru/news/3473>.

THE ROLE OF THE MEDIA IN THE POLITICAL CULTURE OF RUSSIA: THE CURRENT SITUATION

A.L. Kochurova

The Department of History and Theory of Politics
Moscow State University named after M.V. Lomonosov
Leninskie Gory str., 1, Moscow, Russia, 119991

The article is devoted to the analysis of the characteristics and activities of mass media as an institution of political culture, which should be aimed at raising citizens' awareness and capacity objective to organize information exchange between Government and citizens. Considered social acuteness and urgency of this problem, the main functions of the MASS MEDIA, a trend increase in the role and impact of the MEDIA on the current political situation in Russia.

Key words: media, Institute of political culture, political awareness, responsibility, society, the State.