

Дуняева М.М.

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ

Аннотация: Предметом исследования в настоящей статье является роль и место современных средств массовой коммуникации в политических процессах. Такая постановка вопроса, связана с тем, что в современную эпоху существенно усиливается власть средств массовой коммуникации в информационно-символическом поле политики, что проявляется в том числе, и в формировании и интенсивном развитии коммуникативной среды под названием «политическая медиа-реальность». Практически, это проявляется в том, что основным источником получения информации о политической реальности выступают масс-медиа, формирующие политические представления современного человека. Методологией, позволившей автору осуществить предлагаемый анализ, явились в совокупности как общие, так и специальные научные методы познания. В процессе исследования применялся диалектический метод познания, предполагающий всесторонний объективный анализ современных политических процессов в их развитии, с учетом взаимосвязей их элементов, видов, форм и характеристик, в свою очередь, обоснованных логическим и историческим подходами. В результате проведенного комплексного исследования, автором уточняются такие понятия как «медиа», «медиакоммуникация», выделяются особенности, условия и возможности воздействия современных медиа на политические процессы, обосновывается, что современное медийное пространство стало весомым политическим актором и одновременно идеальной площадкой для формирования политического дискурса.

Ключевые слова: Информация, массовая коммуникация, медиа, медиа-поле, мультимедиа, политика, процессы, современность, средства массовой информации, трансляция.

Abstract: The subject of this research is the role and place of modern mass media in the political processes. Such position of a question is associated with the fact that today the reach of mass media in the informational-symbolic political field is bigger than ever, which also manifests in the formation and rapid development of communication environment titled “political media-reality”. The practical manifestation of this consists in the fact that the main source of information on political reality comes from mass media, which shape the political perception of the modern individual. As the result of a conducted comprehensive research, the author clarifies such notions as “media”, “media communication”; highlights the peculiarities, conditions, and capability of modern media to affect the political processes. The author substantiates that the modern media space became a weighty political actor and simultaneously an ideal platform for organizing a political discourse.

Keywords: Information, Mass communication, Media, Media space, Multimedia, Politics, Processes, Modernity, Mass media, Broadcast.

Средства массовой коммуникации (СМК), в качестве средств повседневной практики сбора, обработки и распространения информации, предназначенной для массовых аудиторий¹, в настоящее время все более приходят на смену традиционным средствам массовой информации (СМИ). При этом они непосредственным образом воздействуют как

на экономические и социальные, так и на политические процессы, что делает их, совершенно особым общественным институтом и определяет научную актуальность их анализа.

Даже средства массовой информации, задолго до появления концепций «информационного общества», и, соответственно, до его формирования, признавались весомым политическим актором, рассматривались в качестве «четвертой власти» государства. В условиях же, современного перехода

¹ Новикова А. А. Средства массовой коммуникации в эпоху глобализации. – В 3. Т. – М., 2012. – Т. 1. – С. 11.

к информационному обществу, СМК обладают существенно большими механизмами воздействия на политические процессы, чем традиционные СМИ, именно в силу новых их качеств – в первую очередь их «медийности».

Тот факт, что «традиционные» СМИ, в настоящее время или «отмирают» или переходят в новое качественное состояние (СМК), используя возможности медиакоммуникаций, лишь подтверждает изложенную нами посылку.

Ключевым понятием, характеризующие современные СМК является термин «медиа», который включает в себя всю совокупность технологических средств и приемов, служащих для передачи конкретному потребителю информационного сообщения в том или ином виде, в том числе, в качестве инструмента политического и идеологического влияния².

Еще одно важнейшее понятие – коммуникация, под которой мы будем понимать информационное воздействие субъекта коммуникации на объект, преследующее цели, заданные субъектом (в данном случае имеется в виду социальная коммуникация, исключая её технические аспекты, относящиеся к разряду средств коммуникации).

Современная теория коммуникации, в связи с ростом значения медиа, а также появлением новых видов коммуникации, также стала нуждаться в термине, позволяющем синтезировать массовую коммуникацию и межличностную коммуникацию, более того – в выделении особого типа коммуникации, который даст возможность говорить о коммуникации внутри медиаполя. Таким термином и стала медиакоммуникация, которое, как несложно предположить, образовано путем соединения понятий «медиа» и «коммуникации».

Под медиакоммуникацией, в современной науке понимается распространение (с помощью технических средств) между различными группами и индивидуумами специально подготовленных сообщений, представляющих социальную и личную значимость³.

Нами, медиакоммуникация определяется как процесс создания, трансляции, обмена информацией медиа в индивидуальном, групповом, массовом формате по различным каналам при помощи различных коммуникативных средств (вербальных, невербальных, аудиальных, визуальных, проч.).

Характерные черты современной медиакоммуникации, связаны с ее сетевым характером и выражаются в⁴:

- интегративности – включение свойств медиапредшественников (периодическая печать, ТВ и т. д.);
- интерактивности – порождение специфических форм социальных сетей и социальной интеграции.

Характерными особенностями медиакоммуникации являются:

- потенциальная возможность осуществления коммуникации каждым без ограничения во времени и пространстве (anyone/anytime/anywhere);
- отсутствие централизованного управления;
- самостоятельность;
- паутинный, нелинейный характер взаимодействия

«Новые» медиа (СМК) представляют собой традиционные медиа (СМИ), преобразованные в цифровой формат и имеющие возможность быть представленными в сети интернет, отличающиеся такими новыми характеристиками, такими как мультимедийность, интерактивность, многоканальность. Новые форматы медиа, способны непрерывно обновлять информацию и предоставлять ее в режиме реального времени.

Как следствие – в сети стал формироваться медийный сектор со своими производителями и целевыми аудиториями, которые обращаются за политическими новостями в интернет, где обновление информации происходит в режиме реального времени. Следует отметить, что это относится не только к сайтам, но и блогам и социальным сетям, несмотря на то, что социальные сети, строго говоря, средствами массовой информации в традиционном понимании не являются.

Информатизация общества способствовала росту роли информации, специфике ее подачи, созданию мультимедийного, специализированного контента для пользователей не только сети интернет, но и владельцев смартфонов, планшетов и других электронных устройств небольшого формата с доступом к интернету⁵.

Как следствие – новые информационные технологии стремительно меняют порядок жизни общества, воздействуя тем самым на все его «поля» (пользуясь терминологией П. Бурдьё⁶) – экономическое, культурное, социальное и политическое.

Таким образом, в современную эпоху массовой культуры и массовых коммуникаций существенно

² См. напр.: *Почепцов Г.Г.* Теория коммуникации. – М., 2008. – С. 48-19.

³ *Киричк П.Н.* Медиакоммуникация и массовое сознание. – М., 2009. – С. 17-18.

⁴ *Киричк П.Н.* Медиакоммуникация и массовое сознание. – М., 2009. – С. 54-56.

⁵ *Виннер М.* Социальные сети. – М., 2011. – С. 21.

⁶ См. подр.: *Бурдьё П.* Социология политики / Пер. с фр. Н. А. Шматко. – М., 1993.

усиливается власть СМК в информационно-символическом поле политики, что проявляется в формировании и интенсивном развитии коммуникативной среды под названием «политическая медиа-реальность»⁷.

Под политической медиа-реальностью в науке, понимается виртуальная политическая реальность, сформированная вследствие медиатизации политики⁸. В свою очередь, медиатизация политики представляет собой диффузию политического и медийного пространств, в результате чего происходит перетекание политических символов и смыслов из области объективных политических практик в область виртуально-медийную.

Уже в современных условиях, для подавляющего большинства граждан основным источником получения информации о политической реальности выступают масс-медиа. Масс-медиа формируют представления о событийной структуре политической реальности, ранжируют явления политической жизни по определенным шкалам их социальной значимости, выступают интерпретаторами и смыслооформителями фактов политики.

Медиа выступают, таким образом, с одной стороны, фильтрами, отбирающими для массовой аудитории группы и направления актуальных политических проблем, а, с другой стороны, - «дизайнерами» виртуальной политической реальности, на основании которой граждане выносят свои суждения о политике.

Более того, именно СМК обладают сегодня наибольшими техническими и идеологическими возможностями по формированию векторов общественного мнения и доминант политических предпочтений публики. Все эти возможности могут использоваться и уже активно используются в качестве инструмента медиакommunikаций в процессе развития диалога между обществом и государством. Косвенным подтверждением этого процесса, на наш взгляд, является тот факт, что основные общественно-политические силы все больше внимания уделяют этой новой информационно-коммуникативной среде.

Быстрый рост роли информации в жизни общества, продолжается и по сей день. Это обусловлено бурным развитием высоких технологий, всех отраслей производства и накопления опыта рыночных отношений. Владение информацией стало определяющей предпосылкой успеха в условиях жесткой рыночной конкуренции; технологические усовер-

шенствования, изобретения, ноу-хау превратились в ценный товар⁹.

Однако рост веса информационного фактора в политической сфере обусловлен не только влиянием сферы технологической или экономической. Разработка эффективной долгосрочной стратегии, адекватное реагирование на события и изменения в политической среде невозможны без полной и достоверной информации о состоянии политической среды, действия и намерения других политических игроков. Особое значение информационный фактор приобрел еще в середине в XX в. в связи с развитием и распространением демократии как формы правления, при которой источником власти является не одно лицо или группа лиц, а весь народ¹⁰.

Такое превращение народа в субъект политики требует максимально полного и объективного информирования всех граждан о политической жизни (что в середине XX века, осуществлялось через СМИ)

В современном же информационно-коммуникативном пространстве, потребность объективного информирования о политической жизни, проявляется на новом уровне в новых формах информационно-коммуникативных взаимодействий, основным институтом которых, является СМК.

Однако, в рамках современных демократических представлений о взаимоотношениях государства и общества, более корректно и целесообразно говорить не столько об управлении, сколько о взаимодействии общества и государственной власти, эффективность которого во многом становится залогом стабильного и успешного развития ведущих мировых держав. При этом сегодня на первый план выходит взаимодействие в первую очередь именно информационное, как одно из наиболее перспективных направлений дальнейшего развития современных демократий. В этих условиях, медиа выполняют и еще одну функцию – в качестве связующего звена между государством и гражданским обществом.

В целом, можно утверждать, что медиа, в настоящее время, активно взаимодействуют со всеми институциональными системами общества, активно влияя и на национальную и мировую политику. Среди особенностей этого «влияния», можно отметить следующее:

⁷ Луман Никлас. Реальность массмедиа. – М., 2005. – С. 32.

⁸ Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. – М., 1996. – С.19.

⁹ Тютюнджи И.М. Интернет коммуникации общества и власти в России и США в XXI веке: сравнительный социологический анализ: автореф. дисс. к-та соц. наук. – М., 2012. – С. 21.

¹⁰ Кравцов В.В. Инновационная политика и власть в современном медийном пространстве: Автореф. дисс. д-ра филос. наук. – М., 2012. – С. 24.

– во-первых, государство, точнее ее политические институты, постепенно теряют контроль над содержанием информационных сообщений;

– во-вторых, медиа получают все больше возможностей влиять на общественное мнение, мобилизовать ее, освещая глобальные конфликты в тот или иной способ;

– в-третьих, развитие новых коммуникационных технологий и реальные диспропорции между развитыми и бедными странами относятся к СМИ новые требования, на которые те не всегда реагируют адекватно. Все упомянутые аспекты являются важными ориентирами, как для политиков, так и для масс-медиа.

Данные особенности и тенденции, характерны практически для всех современных государств, развивающихся по демократическому пути. Не исключением здесь является и Россия.

Исходя из самой своей сущности, современные медиа могут предоставлять общественности информацию, необходимую для понимания политических процессов; являются средством влияния масс на политических лиц, принимающих решения. Иными словами, медиа можно расценивать как неотъемлемую часть общественно-политического процесса, способствующую участию более широких групп населения, в выработке государственной политики.

Таким образом, современное медийное пространство стало политическим актором и одновременно идеальной площадкой для формирования политического дискурса, относительно свободного от контроля власти, для комментирования актуальной «повестки дня» и влияния на нее.

Библиография:

1. Бурдьё П. Социология политики / Пер. с фр. Н. А. Шматко. – М., 1993. – 439 с.
2. Виннер М. Социальные сети. – М., 2011. – 312 с.
3. Киричек П.Н. Медиакоммуникация и массовое сознание. – М., 2009. – 295 с.
4. Кравцов В.В. Инновационная политика и власть в современном медийном пространстве: автореф. дисс. д-ра филос. наук. – М., 2012. – 29 с.
5. Луман Н. Реальность массмедиа. – М., 2005. – 271 с.
6. Новикова А. А. Средства массовой коммуникации в эпоху глобализации. – В 3. Т. – М., 2012. – Т. 1. – 430 с.
7. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. – М., 1996. – 389 с.
8. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – М., 2008. – 346 с.
9. Тютюнджи И.М. Интернет коммуникации общества и власти в России и США в XXI веке: сравнительный социологический анализ: автореф. дисс. к-та соц. наук. – М., 2012. – 31 с.
10. Коноплева Т.В. Психология восприятия информации: восприятие новостей о мире политики в медиа-пространстве // NB: Психология и психотехника. – 2013. – № 5. – С.11-23. DOI: 10.7256/2306-0425.2013.5.9247. URL: http://e-notabene.ru/psp/article_9247.html
11. Горохов В.Г., Сюнтюрено О.В.. Технологические риски: информационные аспекты безопасности общества // Программные системы и вычислительные методы. – 2013. – № 4. – С. 104-107. DOI: 10.7256/2305-6061.2013.4.9708
12. Теленьга М.П.. Цифровая дипломатия (digital diplomacy) как дополнительный политический ресурс международных отношений // Международные отношения. – 2014. – № 1. – С. 104-107. DOI: 10.7256/2305-560X.2014.1.10059
13. Шалимов А.Б. Диалектика социального и индивидуального в социальных сетях // Психология и Психотехника. – 2013. – № 11. – С. 104-107. DOI: 10.7256/2070-8955.2013.11.10108
14. Косоруков А.А.. Новые медиа как инструмент политической трансформации в современном мире // Международные отношения. – 2013. – № 3. – С. 104-107. DOI: 10.7256/2305-560X.2013.3.7594
15. Н. Б. Кириллова. Медиалогия как синтез наук // Культура и искусство. – 2012. – № 6. – С. 104-107.
16. Д. Б. Фролов, В. В. Прохвятилов, Н. В. Беляков. New media и Арабская весна // Международные отношения. – 2012. – № 1. – С. 104-107.
17. С. С. Хоружий. О ценности личного общения в мире гуманитарной коммуникации // Культура и искусство. – 2012. – № 3. – С. 104-107.
18. Н. Б. Кириллова. Человек и миф в пространстве медиареальности // Культура и искусство. – 2012. – № 2. – С. 104-107.
19. К. Фейгельсон. Политика медиа и способы использования прошлого в России // Исторический журнал: научные исследования. – 2011. – № 4. – С. 104-107.
20. С. В. Колесников. Медиазация политики – синергетический аспект. // Политика и Общество. – 2011. – № 2.
21. А. А. Щербович. Свобода слова в интернете и проблема противодействия экстремистской деятельности. // Политика и Общество. – 2011. – № 1
22. Еликоева А. К. Поликультурная образовательная модель как основа формирования российской гражданской идентичности. Этносоциологический анализ // Теории и проблемы политических исследований. – 2013. – № 5-6. – С. 43-49
23. Лысюк Ю.В. Современное положение дел в соблюдении прав и свобод человека: государство и украинское общество // Вопросы российского и международного права. – 2013. – № 7-8. – С. 51-61
24. Лисина Е.А. НОМО RITUALIS Миф, история, современность. – МО, Ногинск: Аналитика родис, 2011. – 282 с.

References (transliterated):

1. Burd'e P. Sotsiologiya politiki / Per. s fr. N. A. Shmatko. – M., 1993. – 439 s.
2. Vinner M. Sotsial'nye seti. – M., 2011. – 312 s.
3. Kirichek P.N. Mediakommunikatsiya i massovoe soznanie. – M., 2009. – 295 s.
4. Kravtsov V.V. Innovatsionnaya politika i vlast' v sovremennom mediinom prostranstve: avtoref. diss. d-ra filos. nauk. – M., 2012. – 29 s.
5. Luman N. Real'nost' massmedia. – M., 2005. – 271 s.
6. Novikova A. A. Sredstva massovoi kommunikatsii v epokhu globalizatsii. – V 3. T. – M., 2012. – T. 1. – 430 s.
7. Noel'-Noiman E. Obschestvennoe mnenie. Otkrytie spirali molchaniya. – M., 1996. – 389 s.
8. Pocheptsov G.G. Teoriya kommunikatsii. – M., 2008. – 346 s.
9. Tyutyundzhi I.M. Internet kommunikatsii obshchestva i vlasti v Rossii i SShA v KhKhI veke: sravnitel'nyi sotsiologicheskii analiz: avtoref. diss. k-ta sots. nauk. – M., 2012. – 31 s.
10. Konopleva T.V. Psikhologiya vospriyatiya informatsii: vospriyatie novostei o mire politiki v media-prostranstve // NB: Psikhologiya i psikhotehnika. – 2013. – № 5. – S.11-23. DOI: 10.7256/2306-0425.2013.5.9247. URL: http://e-notabene.ru/psp/article_9247.html
11. Gorokhov V.G., Syunyurenko O.V.. Tekhnologicheskie riski: informatsionnye aspekty bezopasnosti obshchestva // Programmnye sistemy i vychislitel'nye metody. – 2013. – № 4. – S. 104-107. DOI: 10.7256/2305-6061.2013.4.9708
12. Telen'ga M.P.. Tsifrovaya diplomatiya (digital diplomacy) kak dopolnitel'nyi politicheskii resurs mezhdunarodnykh otnoshenii // Mezhdunarodnye otnosheniya. – 2014. – № 1. – S. 104-107. DOI: 10.7256/2305-560X.2014.1.10059
13. Shalimov A.B.. Dialektika sotsial'nogo i individual'nogo v sotsial'nykh setyakh // Psikhologiya i Psikhotehnika. – 2013. – № 11. – S. 104-107. DOI: 10.7256/2070-8955.2013.11.10108
14. Kosorukov A.A.. Novye media kak instrument politicheskoi transformatsii v sovremennom mire // Mezhdunarodnye otnosheniya. – 2013. – № 3. – S. 104-107. DOI: 10.7256/2305-560X.2013.3.7594
15. N. B. Kirillova. Medialogiya kak sintez nauk // Kul'tura i iskusstvo. – 2012. – № 6. – S. 104-107.
16. D. B. Frolov, V. V. Prokhvatilov, N. V. Belyakov. New media i Arabskaya vesna // Mezhdunarodnye otnosheniya. – 2012. – № 1. – S. 104-107.
17. S. S. Khoruzhii. O tsennosti lichnogo obshcheniya v mire gumanitarnoi kommunikatsii // Kul'tura i iskusstvo. – 2012. – № 3. – S. 104-107.
18. N. B. Kirillova. Chelovek i mif v prostranstve mediareal'nosti // Kul'tura i iskusstvo. – 2012. – № 2. – S. 104-107.
19. K. Feigel'son. Politika media i sposoby ispol'zovaniya proshlogo v Rossii // Istoricheskii zhurnal: nauchnye issledovaniya. – 2011. – № 4. – S. 104-107.
20. S. V. Kolesnikov. Mediatizatsiya politiki – sinergeticheskii aspekt. // Politika i Obschestvo. – 2011. – № 2.
21. A. A. Shcherbovich. Svoboda slova v internete i problema protivodeistviya ekstremistskoi deyatel'nosti. // Politika i Obschestvo. – 2011. – № 1
22. Elikoeva A. K. Polikul'turnaya obrazovatel'naya model' kak osnova formirovaniya rossiiskoi grazhdanskoj identichnosti. Etnosotsiologicheskii analiz // Teorii i problemy politicheskikh issledovaniy. – 2013. – № 5-6. – S. 43-49
23. Lysyuk Yu.V. Sovremennoe polozhenie del v soblyudenii prav i svobod cheloveka: gosudarstvo i ukrainskoe obshchestvo // Voprosy rossiiskogo i mezhdunarodnogo prava. – 2013. – № 7-8. – S. 51-61
24. Lisina E.A. HOMO RITUALIS Mif, istoriya, sovremennost'. – MO, Noginsk: Analitika rodis, 2011. – 282 s.