

УДК 070

МЕХАНИЗМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАССОВЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ

Смирнова Т.В., Старченко Т.В.

Сказать, что важнейшим инструментом реализации политических стратегий на информационном рынке являются средства массовой информации, – значит ничего не сказать. СМИ являются основным социальным механизмом, который создает публичную политическую «повестку дня» [2], оказывает влияние на принятие решений. В сфере политики СМИ осуществляют две важнейшие, тесно связанные между собой функции: наблюдают за политической жизнью от имени и поручению социальной системы; обеспечивают репрезентацию публичной сферы. Этим обусловлена *актуальность* поставленной проблемы.

Постановка проблемы. Механизм функционирования СМИ базируется на превращении политического события, произошедшего в мире, в общеизвестный и общезначимый факт. С этой целью журналист превращает – путем отбора и обработки – информацию в значимое событие. Необходимость такого отбора продиктована внутренней логикой, самой сущностью функционирования СМИ как социального института. Дело вовсе не в предвзятости и коррумпированности журналистов, скорее, само общество делегирует средствам массовой информации право отбора значимой информации, право оповещать о важном и актуальном, право превращать единичный факт в общезначимое событие.

Предлагая новости и рассказывая «истории», которые ориентируются на интересы конкретных целевых аудиторий, средства массовой коммуникации создают сферу публичной референции, определяют «то, о чем говорят», что требует решения, разрешения, завершения. Кроме того, средства массовой информации – исключительно эффективное средство распространения политического сообщения и моделирования политического образа. Этим обусловлена потребность государства и общества влиять на их информационную деятельность, задавать через СМИ собственные приоритеты в выдвижении и толковании политических проблем. Поэтому «борьба за установление независимой прессы как источника информации о деятельности государства и как форума для формулирования и выражения общественного мнения является важнейшей частью длительной борьбы за полностью представительную систему демократического правления» [1, с. 37].

Органическая взаимообусловленность действий власти, общества и СМИ превращает последнюю в чуть ли не единственный механизм стимулирования общественного мнения по значимым вопросам политического развития. СМИ могут как спровоцировать массовый протест, политический скандал, кризис в отношении власти и общества, так и предотвратить развитие конфликта, сделав, например, доступной для общества определенную информацию. «То, что хочет сказать политический деятель, не обязательно отражается в том, что говорят СМИ» [3]. Не всегда и не обязательно отражается там и точка зрения общественности. Такая автономность политической позиции вызывает интерес к выступлениям СМИ, который обусловлен контекстом и позицией правящих кругов и общественности по тому или иному вопросу. И в первую очередь интересен механизм

функционирования СМИ как эффективного средства массовых политических коммуникаций.

Остановимся на некоторых отличительных функциях СМИ как социального механизма повышения эффективности политических коммуникаций. Во-первых, СМИ не просто распространяют переработанную в сообщение информацию, но и благодаря временным свойствам и серийности подачи материала соединяются с определенным временным отрезком личной жизни людей, становятся реальностью целевой аудитории. Независимо от представлений о реальности отдельного индивида, дают и индивиду, и обществу в целом опорные точки для формирования публичного пространства настоящего. Тем самым моделируют причинно-следственные связи, трансформируют единичное событие в симптом более широкого процесса. Событие не там, где собралось несколько сотен человек, а там, куда приехало несколько кинокамер. Именно из СМИ общество черпает представление о ритме политических событий.

Во-вторых, средства массовой информации не работают только с одним фактом или одним сообщением, они стремятся охватить все публичное пространство. Разностороннее описание историй о многочисленных событиях оказывается в окружении други подобных, помещается в широкий контекст настоящего, встраивается в разностороннюю историю коллективной реальности социума. Каждое из них оказывается не просто рядом с другим, оно обретает и дополнительный, добавочный смысл. Одновременное освещение событий выстраивает их в смысловые ряды, превращая одно событие в симптом или свидетельство другого, придавая репрезентации публичного пространства дополнительную глубину и достоверность.

В-третьих, масс-медиа, не являясь однородной как по способу физической трансляции, так и по географическому и демографическому охвату, а также по различному характеру переработки информации, очевидно, будут по-разному интерпретировать один и тот же факт. Именно поэтому репликация сообщения не может быть простым тождественным воспроизведением. В связи с тем что значительная часть целевой аудитории не может осознавать все многообразие политических явлений, у каждого индивида складывается упрощенный образ этой действительности, в том числе и определенного политического института или лидера. Этот образ формируется постепенно, он может дополняться и изменяться. Функция СМИ в данном процессе заключается с одной стороны, в предъявлении уже готового имиджа, а с другой – в создании образа политического института или лидера путем освещения деятельности субъекта.

Вывод. Эти отличительные характеристики функционирования средств массовой информации необходимо учитывать при осуществлении политической коммуникации. Эффективность функционирования СМИ в массовых политических коммуникациях зависит от правильного понимания целевой аудитории и способов ее классификации, а также механизмов «вписывания» в конкретные «познавательные схемы».

Список литературы

1. Зильберт Б.А. Тексты массовой коммуникации. – Саратов, 1991.
2. Современная западная социология: Словарь. – М., 1990.
3. Menair V. An introduction to Political Communication. – L., 1995.

Поступила в редакцию 09.08.2006 г.