

На правах рукописи



МАРКЕЕВА Марина Юрьевна

**ТЕЛЕВИДЕНИЕ В ПРОЦЕССЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ
КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

Специальность 23 00 02 Политические институты,
этнополитическая конфликтология, национальные и политические
процессы и технологии

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук



Тула 2007

Работа выполнена на кафедре социологии и политологии
Тульского государственного университета

Научный руководитель:

БАТАНИНА Ирина Александровна
доктор политических наук, профессор

Официальные оппоненты:

ВАСИЛЬЕВА Наталья Алексеевна
доктор философских наук, профессор

САВВИН Алексей Михайлович
кандидат политических наук.

Ведущая организация:

**Орловский государственный
университет**

Защита состоится 31 мая 2007 г в 11 00 часов на заседании
диссертационного совета К 212 271 04 в Тульском государственном
университете (учеб корп 11, аудитория 201) по адресу 300600, г Тула,
ул Болдина, 151

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке
Тульского государственного университета

Автореферат разослан «28» апреля 2007 г

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат политических наук, доцент



Е В Бродовская

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования Одним из приоритетных направлений трансформации политической системы современной России является изменение способа взаимодействия институтов власти и гражданского общества. Адаптивность и стабильность политической системы обеспечиваются такими параметрами политической коммуникации, как открытость, динамичность, реактивность, комплексность и полисубъектность. Следует отметить, что многоаспектный, сложноорганизованный процесс политической коммуникации, объединяющий множество акторов, развивается интенсивнее регулирования информационной сферы современного российского общества, что в определенной мере препятствует реализации принципов демократического государства.

Расширяя потенциал своего влияния (83 % респондентов считают, что СМИ оказывают воздействие на ситуацию в стране¹), повышая уровень легитимности (в рейтинге доверия общественно-политическим структурам СМИ занимают лидирующую позицию), институт СМИ становится доминирующим каналом политической коммуникации, обладающим консолидационными возможностями. В условиях снижения значимости печатных и аудиовизуальных СМИ в сознании общественности, а также сложностей при внедрении инновационных форм коммуникации телевидение, обладая доступностью, оперативностью и широтой охвата аудитории, формирует политические ориентации и установки, определяет характер вовлеченности граждан в политический процесс, способствует развитию институтов гражданского общества. Поэтому на телевидение как

¹ Региональный мониторинг «Институты социального представительства: роль в политическом процессе России» (2006 г.) Лаборатория социально-политических исследований ТулГУ. Руководитель И.А. Батанина. Объем выборочной совокупности – 750 человек. Выборка репрезентативна по полу, возрасту, месту жительства. Ошибка выборки не превышает 3,6 %.

основной источник трансляции политических ценностей ложится ответственность перед обществом и государством

Вместе с тем, в деятельности телевидения можно выделить ряд проблем функционального (тенденция коммерциализации и административного давления) и содержательного (некоторый дефицит аналитических материалов, превалирование мобилизационных действий) характера Трансформация роли телевидения требует дополнительных исследований, направленных на выявление актуальных способов оптимизации функционирования данного канала политической коммуникации

Степень научной разработанности проблемы Разнообразие подходов к изучаемой теме достаточно широко представлено в научной литературе, которую можно условно разделить на три группы

Первая объединяет труды западных (Д Белла, К Дойча, К Райта, Р Мертон, Г Лассуэлл, У Липпмана, Э Тоффлера Ю Хабермаса и др.²) и отечественных (М А Василюк, М Н Грачева, Е Г Дьяковой, В Н Иванова, Г Марченко, М М Назарова, А В Соколова, Ф И Шаркова, И П Яковлева и др.³) ученых, оказавших существенное влияние на формирование теории политической коммуникации Обобщение подходов, изложенных в данной

² Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования/ Пер с англ./ Институт В.Л. – М: Academia, 1999 – 956 с., Дойч Д. Структура реальности/ Д. Дойч – Ижевск: Изд-во АНО НИЦРХД – 2001 – 400 с. Lasswell H. D. The structure and function of communication in society/ In L. Bryson [Ed.] // The communication of ideas, a series of addresses – 1948 – P. 37-51, Липпман У. Общественное мнение/ У. Липпман – М: Ин-т Фонда «Общественное мнение», 2004 – 384 с., Мертон Р. Явные и латентные функции/ Американская социологическая мысль. Тексты – М: Изд-во МГУ, 1996 – 560 с. Wright C. R. Functional analysis and mass communication// Public Opinion Quarterly – 1960 – №24 – P. 605-620 Тоффлер Э. Третья волна/ Э. Тоффлер – М: АСТ – 1999 – 784 с., Хабермас Ю. Отношения между системой и жизненным миром в условиях позднего капитализма// Thesis -1993 - №1 - С 123-126

³ Василюк М.А. Наука о коммуникации или теория коммуникации? К проблеме теоретической идентификации//Актуальные проблемы теории коммуникации: сборник научных трудов – СПб: Изд-во СПбГПУ, 2004 – С. 4-11, Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции модели векторы развития/ М.Н. Грачев – М: Прометей, 2004 – 328 с., Дьякова Е.Г. Политологическая рефлексия над политической научной дисциплиной: политология и теория массовой коммуникации// Полис – 2006 - №4 – С. 17-25, Иванов В.Н., Назаров М.М. Массовая коммуникация в условиях глобализации// Социологические исследования – 2003 – № 10 – С. 20-29, Марченко Г. Коммуникативный подход в политике (теоретико-методологические основания политического консультирования)// Весть – 2004 - №6 - С. 55- 61 Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования/ М. М. Назаров – М: Автентик плюс, 2003 – 428 с., Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации/ А. В. Соколов – СПб: Изд-во Михайлова В. А. 2002 – 464 с., Шарков Ф. И. Истоки и парадигмы исследований социальной коммуникации// Соисс – 2001 - №8 – С. 52 -61 Яковлев И. П. Современные теории массовых коммуникаций/ И. П. Яковлев – СПб: Роза мира 2004 – 95 с.

группе, позволило уточнить и систематизировать принципы, функции и модели коммуникативных процессов

Во вторую группу входят работы, рассматривающие влияние СМИ в процессе политической коммуникации (Д Брайанта, С Болл-Рокеша, Дж Грубе, Е Каца, М Мак-Комбса, Э Ноэль-Ноймани, М Рокеша, П Тиченора, С Томпсона, ХК Ховленда, Н Хомского, Х Шиллера и др ⁴) Для политического анализа функционирования СМИ особый интерес представляют Ю Беляевой, И М Дзялошинского, Я Н Засурского, С Кара-Мурзы, С Г Колесник, О Ю Малиновой, Н Г Осиповой, В П Пугачева, В Л Римского, Н А Романович, А И Соловьева и других исследователей⁵

Третья группа включает в себя источники, посвященные исследованию телевидения в процессе политической коммуникации, его места в структуре других групп СМИ, содержания и дискурса информационных материалов (А Н Баранов, Д Кодаченко, А Н Михайлова, Т В Науменко, П Некрасов, И Полуэхтова, В Путовиков, Ю М Розанова, В А Саруханов, Ф Фоссато, А Цуладзе и др ⁶)

⁴ Брайант Дж Основы воздействия СМИ/ Дж Брайант, С Томпсон Пер с англ - М Издательский дом «Вильямс», 2004 - 432 с., Хомский Н Прибыль на людях / Пер с англ Б М Скуратова - М Праксис, 2002 - 256 с., Шиллер Г Манипуляторы сознанием/ Пер с англ науч ред Я Н Засурский - М Мысль, 1980 - 326 с., Ball Rokeach S J The great American values test/ Ball-Rokeach S J, Rokeach M, Grube J W // Psychology Today - 1984 - P. 34-41, Hovland C I Effects of the mass media on communication/ In G Lindzey - Cambridge MA Addison-Wesley// Handbook of social psychology - 1954 - №2 - P. 1062-1103, Katz E On conceptualizing media effects/ In T McCormack (Ed) // Studies in communication, Greenwich CT JAI Press - 1980 - Vol 1 - P. 119-141, McCombs M E, Shaw D L The agenda-setting function of mass media/ McCombs M E, Shaw D L // Public Opinion Quarterly - 1972 - №36 - P. 176-187, Noelle-Neumann E Spiral of Silence Our Social Skin/ Keefe G J - Chicago University of Chicago Press, 1985 "Taking a bite out of crime" The impact of a public information campaign Communication Research - №12 - P. 147-178, Tichenor P, Donohue G, Ouen C Mass media flow and differential growth in knowledge/ Tichenor P, Donohue G, Ouen C // Public Opinion Quarterly - 1979 - №34 - P. 159-170

⁵ Беляева Н Ю Публичная политика в России сопротивление среды// Полис - 2007 - №1 - С 22, Дзялошинский И Интерактивные процессы в современных медиа-системах, или что происходит в российском информационном пространстве/ Мы - сограждане (СМИ и общество) - Том 2 - М Изд-во "Бонфи", 2002 - С 12-67, Малинова О Ю Идеологический плюрализм и трансформация публичной сферы в постсоветской России// Полис - 2007 - №1 - С 6, Осипова Н Г Теории и практика "влияния" средств массовой информации в современной зарубежной социологии// Вестник МУ Сер 18 - 2001 - №1 - С 92, Пугачев В П Информационная власть и демократия// ОНС - 1999 - №4 - С 65-68, Романович Н А Региональные СМИ возможности и проблемы// Социс - 2006 - №4 - С 77-85, СМИ в информационном взаимодействии власти и общества материалы всероссийской конференции/ С Г Котельник - М Издательство "Хроникер" - 2005 - 272 с Сотовьев А И Политический дискурс медиакратий проблемы информационной эпохи// Полис - 2004 - №2 - С 125

⁶ Баранов А Н, Михайлова О В Политический дискурс методы анализа тематической структуры и метафорик/ А Н Баранов, О В Михайлова - М Фонд ИНДЕМ, 2004 - 94 с., Кодаченко Д Трансформация государственного телевидения// Власть - 2006 - №12 - С 74-78, Науменко Т В Массовые коммуникации в политической структуре общества// Вестник МУ Сер 12 - 2003 - №3 - С 102-114,

Обзор научной литературы по исследуемой проблематике позволяет сделать вывод о достаточно полной разработанности вопросов, касающихся влияния телевидения на сознание и поведение граждан. Однако динамичное развитие коммуникативных процессов, трансформация способов взаимодействия властных структур и институтов гражданского общества требуют поиска новых теоретических подходов и проведения мониторинговых исследований, что и детерминировало выбор темы, объекта и предмета диссертационного исследования, а также его цели и задач.

Объектом исследования выступает телевидение как канал взаимодействия общества и государства в процессе политической коммуникации.

Предмет исследования – состояние, динамика и основные тенденции трансформации роли телевидения как доминирующего канала политической коммуникации в современной России.

Цель исследования заключается в комплексном анализе трансформации деятельности телевидения, выраженной в изменении соотношения и характера маркетинговых и мобилизационных действий, для последующей выработки организационных и правовых составляющих повышения эффективности политической коммуникации в современной России.

Реализация поставленной цели потребовала решения ряда исследовательских *задач*:

- проанализировать основные подходы к изучению института СМИ в процессе политической коммуникации, изложенные в трудах западных и отечественных ученых,
- изучить существующие модели функционирования СМИ, в особенности

Полуэхтова И. А. Телевидение как механизм социального контроля // Вестник МУ. Серия 18. - 1998. - № 1. - С. 53. Путовилов В. Некрасов П. О роли СМИ в духовно нравственном и патриотическом воспитании граждан России // Власть. - 2002. - № 6. - С. 17- 23, Розанова Ю. М. Телевидение и государство: теоретические модели взаимодействия и российская практика // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 18. Социология и политология. - 1999. - № 4. - С. 107-122. Саруханов В. А. Алфуга телевидения / В. А. Саруханов – М: Аспект Пресс, 2002 – 223 с., Фоссато Ф. Виртуальная политика и российское ТВ // Pro et Contra – 2006 – №4 – С. 13-28, Цуладзе А. Большая манипулятивная игра / А. Цуладзе – М: Алгоритм, 2000 – 336 с.

- телевидения, в зависимости от специфики политической системы общества,
- выявить специфику деятельности российского телевидения в процессе политической коммуникации и оценить его влияние на современное общество,
 - рассмотреть трансформацию соотношения маркетинговых и мобилизационных действий телевидения, их реализацию в процессе решения различных задач политической коммуникации,
 - охарактеризовать влияние трансформации роли телевидения на процесс политической коммуникации в СССР и России,
 - определить способы оптимизации функционирования телевидения как доминирующего канала политической коммуникации

Основное направление научного исследования отражено автором в выдвинутой гипотезе. В условиях постоянного развития информационной сферы и появления инновационных коммуникативных средств телевидение, являясь основным каналом политической коммуникации, сочетает в своей деятельности маркетинговые и мобилизационные действия при доминировании последних, что приводит к замедлению процессов преобразования демократических институтов.

Специфика функционирования российского телевидения на современном этапе заключается в совмещении элементов социально ответственной, коммерческой и патерналистской моделей. Усиление социального вектора в деятельности данного канала масс-медиа будет зависеть от направленности, интенсивности и эффективности развития общественного телевидения как необходимого условия обеспечения социально-политического представительства в коммуникационном пространстве.

Теоретико-методологическая основа исследования. Основу диссертационного исследования составляют положения и выводы ведущих российских и западных ученых, специализирующихся в области деятельности СМИ, особенно телевидения, в процессе политической

коммуникации Анализ базировался на совокупности принципов и методов, применяемых в политологии и смежных науках социологии, политической психологии, связей с общественностью и политической коммуникации

Диссертантом использовались неинституциональный, структурно-функциональный, бихевиоралистский, культурологический подходы, методы системного и сравнительного анализа В работе применялись такие эмпирические методы исследования, как традиционный анализ документальных источников, вторичный анализ результатов исследований, массовый опрос, контент-анализ Для обработки эмпирического материала была использована статистическая программа SPSS Base 10 0

Эмпирическую базу диссертационной работы составили политико-социологические исследования, проведенные в 2000 - 2006 годах, часть которых выполнена при участии и под руководством автора

- «Перемены в нашей жизни» (1999 - 2006 гг) Мониторинг Руководитель Батанина И А, лаборатория социально-политических исследований Тульского государственного университета Общий массив опрошенных – 2250 человек,

- «Предпочтения абонентов при выборе каналов для просмотра» (2003 г) Опрос (анкетирование) Руководитель Маркеева М Ю Объем выборочной совокупности – 100 семей-абонентов ЗАО Телекомпания «Альтаир» г Тулы,

- «Трансформация типа телевидения СССР и России с 1972 по 2006 гг» (2003 - 2006 гг) Контент-анализ Руководитель Маркеева М Ю, лаборатория социально-политических исследований Тульского государственного университета Единица анализа – телепрограммы за 1972 - 2005 гг, телеанонсы 2003 - 2005 гг,

- «Предпочтения молодежи при выборе телепередач» (2005 г) Анкетирование Руководитель Маркеева М Ю, лаборатория социально-политических исследований Тульского государственного университета Объем выборочной совокупности – 130 человек,

- «Нравственность и СМИ» (2002 г) Анкетирование Руководитель Шумилова О Е, лаборатория социологических исследований МУ Центр социально-психологической помощи молодежи “Шанс” Объем выборочной совокупности – 240 человек

Для раскрытия темы диссертации соискателем также привлекались результаты социологических исследований, проведенных базовыми научно-исследовательскими центрами РФ (РОМИР и ФРИП)

Для комплексного освещения проблемы диссертационного исследования использовались и другие источники информации

- данные федеральной и региональной статистики,
- официальные документы федеральных, региональных и муниципальных органов власти РФ,
- материалы межведомственных комиссий, аналитические доклады и записки по интересующей проблематике

Научная новизна диссертационной работы состоит в следующем

1 На основе структурно-функционального и неоинституционального подходов классифицированы нормативные модели функционирования СМИ исходя из доминирующих векторов развития коммерческо-протекционистского и социального

2 Доказано, что для эффективной политической коммуникации, во-первых, необходимо усилить в работе телевидения социальный вектор развития, во-вторых, оптимально сочетать маркетинговые и мобилизационные действия

3 В результате сравнительного анализа структуры СМИ и деятельности телевидения в СССР и России определены черты современной модели функционирования данного канала политической коммуникации, являющейся промежуточным результатом трансформации и сочетающей в себе элементы советской, либертарианской, коммерческой и патерналистской моделей.

4 Выявлена тенденция доминирования мобилизационных действий телевидения над маркетинговыми в процессе предвыборной коммуникации на базе эмпирических исследований избирательных кампаний 1991 - 2005 гг

Положения, выносимые на защиту

1 Комплексное применение теорий и интеграция усилий различных научных направлений, исследующих коммуникативное пространство, формируют представление о многомерных процессах политической коммуникации, предполагающих совокупное участие как традиционных, так и инновационных видов СМИ Выделение основных и дополнительных политологических подходов и их применение для изучения деятельности телевидения в процессе политической коммуникации возможно на трех информационно-коммуникативных уровнях организационно-техническом, семантическом и инфлуентальном

2 Существующие нормативные модели функционирования СМИ отличаются тем, насколько в сфере коммуникаций представлены интересы различных групп (масс, политических и экономических элит) В результате классификации моделей функционирования СМИ было выделено два универсальных полярно противоположных вектора их развития коммерческо-протекционистский (указывает на реализацию в большей степени частных интересов элитарных групп) и социальный (характеризует работу СМИ преимущественно в интересах большинства)

3 В современной России доминирующим и отчасти безальтернативным каналом политической коммуникации является телевидение, которое в своем развитии прошло цикл от полного государственного регулирования и обеспечения в СССР, через период временной самостоятельности в 90-е гг XX в., до нового усиления влияния коммерческих и властных интересов в начале XXI в. Вместе с тем, доминирование коммерческо-протекционистского вектора развития может снижать доверие населения к телеканалам, негативно влиять на процесс политической социализации и на способность граждан к рациональному выбору Представляется, что

эффективность коммуникационного процесса в России может возрасти в результате функционирования телевидения в соответствии с принципами социального вектора развития

4 Основными направлениями государственной информационной политики выступает, во-первых, создание условий для развития общественного телевидения, обеспечивающего эффективность обратной связи между властными структурами и институтами гражданского общества, во-вторых, введение государственного контроля над медиа-рынком как одной из стратегических отраслей развития, в-третьих, сдерживание мобилизационных и усиление маркетинговых действий СМИ в период избирательных кампаний

5 Развитие телевидения как эффективного социально ориентированного канала политической коммуникации определяется не только усилиями государства. Данный процесс предполагает включение всех акторов, среди которых особая роль должна принадлежать новым параконституционным институтам, таким как Общественная Палата РФ. В противном случае, общественные телеканалы попадут под влияние коммерческих структур либо действующей власти (по примеру ОРТ, который при его создании позиционировался как общественное телевидение). Особенно актуальна обозначенная проблема на уровне субъектов федерации, так как большинство региональных СМИ испытывает административное давление и осуществляет преимущественно мобилизационные действия в интересах локальных элит.

6 Оптимизация функционирования телевидения в процессе политической коммуникации предполагает комплексное решение, включающее следующие системные составляющие: правовая (разработка, принятие и проведение единой государственной информационной политики, которая определит цели и задачи, функциональные критерии, а также систему санкций), организационная (формирование структуры общественных организаций и государственных органов, выполняющих

контролирующую функцию), финансовая (обеспечение возможностей альтернативного финансирования телевидения и снижения их зависимости от рекламодателя при функциональной отчетности перед потребителями), идеологическая (поддержание политической культуры)

Практическая значимость. Положения и выводы диссертации позволяют расширить основу для теоретического осмысления процесса трансформации деятельности телевидения. Материалы исследования могут быть использованы в преподавании курсов общей и прикладной политологии, а также спецкурсов по политической коммуникации. Разработанные автором рекомендации могут представлять интерес для центральных, региональных и местных органов власти, средств массовой информации, политических партий, общественных объединений.

Тема исследования соответствует паспорту специальности 23 00 02 «Политические институты, этнополитическая конфликтология, национальные и политические процессы и технологии» пункту 10 «Роль СМИ и новых информационных технологий в политике. Политические и правовые основы функционирования СМИ в современном обществе. Роль СМИ в формировании общественного мнения. СМИ и проблема информационной безопасности».

Апробация работы. Материалы и выводы диссертации апробированы автором в следующих формах:

– выступления на научно-практических конференциях IX межвузовские студенческие чтения «XXI век гуманитарные и социальные науки» (2000 г., г. Тула), XV Всероссийские чтения студентов, аспирантов и молодых ученых «XXI век гуманитарные и социально-экономические науки» (2006 г., г. Тула), Всероссийская конференция «СМИ в информационном взаимодействии власти и общества» (2005 г., г. Москва), конференция «СМИ и общество» (2006 г., г. Москва), Международная научно-практическая конференция «Молодежь в социально-гуманитарных науках» (2006 г., г.

Тула), конференция «Роль СМИ в реализации общенациональных социально значимых программ и развитии регионов РФ» (2007 г., г. Москва),

– изложение основных положений и выводов в ряде научных статей общим объемом 3,8 п. л.,

– использование данных исследования в процессе лекционных и семинарских занятий со студентами Тульского государственного университета по курсам «Политология» и «Политический менеджмент»,

– обсуждение вопросов диссертации на кафедре социологии и политологии Тульского государственного университета

Структура работы Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, приложений

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы, характеризуется степень ее научной разработанности, определяются объект и предмет, ставятся цель и задачи, выдвигается гипотеза, указываются методологические основы и эмпирическая база, раскрываются его научная новизна и практическая значимость, формулируются положения, выносимые на защиту, приводятся сведения об апробации результатов диссертационного исследования

В первой главе «Теоретико-методологические основы исследования СМИ в процессе политической коммуникации» проанализированы основные теоретические подходы к изучению института СМИ в процессе политической коммуникации, изложенные в трудах западных и отечественных ученых, а также существующие модели функционирования СМИ, в особенности телевидения, в зависимости от специфики политической системы общества. Диссертантом были выделены основные (неоинституциональный, бихевиоралистский, структурно-функциональный) и

дополнительные (коммуникативный, культурологический) подходы, позволяющие охарактеризовать главные направления деятельности масс-медиа

В соответствии с базовыми положениями неинституционального подхода СМИ рассматривается как универсальный институт, выражающий интересы различных политических субъектов, способный формировать и усиливать политические процессы, обеспечивая эффективную формальную и неформальную коммуникации. Бихевиоралистский подход в исследовании деятельности СМИ акцентирует внимание на личности реципиента, соотношении сознательных и бессознательных процессов восприятия информации аудиторией, отражении влияния масс-медиа на выбор стратегии поведения. Структурно-функциональный подход изучает проблемы организации и функционирования СМИ, трактует их как самоуправляющуюся и самокорректирующуюся подсистему, действующую в конкретных политических условиях. Согласно данному подходу, участвуя в политической коммуникации, СМИ должны поддерживать целостность и стабильность развития общества. Таким образом, формируется сеть коммуникаций, придающая политической системе антиэнтропийный характер и наделяющий ее свойствами самоорганизации и саморазвития.

Раскрывая сущностные черты дополнительных подходов, автор отметил их следующие достоинства. Культурологический подход описывает нормативные модели функционирования СМИ, отражающие ценности, нормы, стандарты, характерные для конкретного общества. Коммуникативный подход интерпретирует политическую систему общества сквозь призму коммуникативных механизмов, обеспечивающих ее целостность, динамичность, адаптивность. С позиции эмпирического анализа использование коммуникативного подхода предполагает мониторинг информационных потребностей личности, общества и государства в процессе интеракции. Комплексное применение обозначенных подходов для изучения деятельности СМИ как доминирующего канала политической коммуникации

возможно посредством исследования организационно-технических, семантических и инфлуентальных уровней коммуникативных связей

Диссертант уделил внимание анализу моделей функционирования СМИ с целью определения параметров оптимального сочетания их элементов в процессе политической коммуникации. Основным критерием классификации существующих нормативных моделей функционирования СМИ выступает уровень представительства интересов различных групп, в зависимости от которого можно выделить два вектора трансформации их деятельности: социальный и коммерческо-протекционистский. В связи с этим автор указывает основные группы интересов, которые могут преобладать в нормативных моделях функционирования СМИ: совокупный интерес народа как суверенного источника власти, выражающийся в национальных интересах государства, частные интересы политических элитарных групп, иностранных государств, интересы финансово-промышленных структур, интересы СМИ, противоречащие общественным потребностям.

Специфика социального вектора функционирования СМИ заключается в расширении гражданского информационно-политического участия, в дальнейшем субъектном наполнении коммуникативного пространства. Реализация функций телевидения, свойственных для социального вектора развития, создает условия для консолидации, сохранения экономической и политической стабильности общества. Для коммерческо-протекционистского вектора характерна реализация через СМИ преимущественно властных или финансовых интересов узких групп. Развитие телевидения по данному вектору снижает эффективность политической коммуникации, поскольку гражданин, основываясь на полученной информации, не может рационально реализовать свои права и свободы.

Во второй главе «Особенности функционирования телевидения в процессе политической коммуникации в современной России» анализируются специфика деятельности российского телевидения и степень

его влияние на развитие современного общества. Особое внимание уделяется трансформации характера и соотношения маркетинговых и мобилизационных действий телевидения, их реализации в процессе решения различных задач политической коммуникации. Соискателем выделяются два уровня политической коммуникации современной России: взаимодействие с участием акторов национального и мирового информационных пространств (зарубежные государственные и частные СМИ, корпоративные структуры, профессиональные политические ПР-агентства), взаимодействие национальных акторов в политическом информационном пространстве государства. Все разнообразие используемых политическими агентами способов налаживания коммуникаций со своими контрагентами можно в основном свести к двум типам действий в информационном пространстве: мобилизационным, включающим агитацию и пропаганду, и маркетинговым, представленным методами публичных рилейнз, а также политической рекламой.

Мобилизационные действия представляют собой контроль государства над СМИ с целью придания их информационным действиям строго определенной направленности. Маркетинговые стратегии СМИ формируются в соответствии с отношениями спроса и предложения на информацию и направлены на своевременное информирование субъектов коммуникации. Поэтому основными стратегическими задачами развития российского телевидения являются проведение единой государственной информационной политики и оптимальное сочетание маркетинговых и мобилизационных действий. Целесообразно координирование усилий и активизация деятельности властных структур всех уровней, направленных на наращивание потенциала отечественных информационных и аналитических агентств и расширение охвата вещания телеканалов для совершенствования и модернизации информационной инфраструктуры, обеспечивающей реализацию потребностей граждан и представительство национальных интересов за рубежом.

Наиболее яркие примеры сочетания маркетинговых и мобилизационных действий в работе телевидения можно увидеть при исследовании функционирования СМИ в процессе избирательных кампаний, индикаторами которого выступают распределение времени, спектр представленных на телеэкранах интересов, применение приемов агитации и пропаганды в эфире, участие кандидатов в политических дебатах, влияние административного ресурса и преимущества действующих политиков

Исследование распределения времени на экране российского ТВ в период агитационных кампаний позволило выделить нарастающую от кампании к кампании как на федеральном, так и на региональном уровнях тенденцию постепенного вытеснения маркетинговых действий мобилизационными, преобладание которых снижает эффективность и легитимность института выборов, устраняя конкуренцию в избирательном процессе, что снижает доверие населения к каналам коммуникации, лидирующим кандидатам, партиям. Это в свою очередь ведет к повышению капиталоемкости избирательных кампаний из-за необходимости проведения еще большего объема мобилизационных действий телевидения. Следовательно, между производством политических брендов и спросом электората на их потребление прерывается взаимосвязь, а значит, осложняется возможность последующего перехода к применению маркетинговых действий.

В процессе проведения преобразований, воплощения политических программ телевидение России должно сочетать маркетинговые и мобилизационные действия для обеспечения оптимального взаимодействия власти с общественной средой. С одной стороны, телевидение должно служить средством мобилизации общества для осуществления принятых программ и проектов, разъяснения их целей и задач, с другой стороны, координируя маркетинговые действия оппозиции, стать социальным рецептором для формирования обратной связи и возможности контроля над осуществлением проектов и реформ.

В третьей главе «Оптимизация функционирования телевидения в процессе политической коммуникации» в сравнительном аспекте выявлено влияние трансформации роли телевидения на процесс политической коммуникации в СССР и России, определены способы оптимизации функционирования телевидения как доминирующего канала политической коммуникации

На основе данных, полученных в процессе комплексного исследования изменения содержания телевизионной продукции, охарактеризована смена распределения ролей в структуре СМИ, подчеркивается, что в современной России с помощью телевидения пытаются решать задачи, не свойственные его формату (традиционно выполнявшиеся в СССР прессой) Большая часть массовых изданий сегодня перешла на поверхностное и фрагментарное изложение, не выполняя задачу дополнения и анализа информации, анонсированной телевидением

Общими тенденциями для центральных телеканалов с 1972 г было удлинение времени вещания, сокращения средней продолжительности программ, существенное уменьшение количества образовательных и познавательных программ В 1997 - 2003 годах телеканалы России достигли пика развития по коммерческо-протекционистскому вектору моделей функционирования СМИ Телевещание было чрезмерно насыщено развлекательными и сенсационными компонентами при игнорировании общепринятых языковых норм и стилей речи При этом почти не просматривалось выполнение ряда социально значимых функций, а информирование велось на основе мобилизационных действий чаще всего в интересах правящей элиты и бизнес-структур Несмотря на наличие в эфире множества каналов, можно отметить, что пропорции жанров передач на центральных телеканалах были практически идентичны, ряд телевизионных каналов (например, СТС и ТНТ) характеризовались еще более ярко выраженным коммерческим вещанием

С 2003 г в эфире центральных телеканалов России наметились позитивные тенденции: возрождение познавательных и образовательных передач, повышение профессионализма журналистов, появление новых форм взаимодействия представителей властных структур с населением («горячие линии», форумы, презентации и т.д.). На сегодняшний день федеральное телевидение пытается пропагандировать образ сильного и стабильного российского государства, что в большей степени соответствует социальному вектору функционирования СМИ. Тем не менее, преобладающие в эфире центральных телеканалов черты коммерческого вещания осложняют системный диалог и направленную двустороннюю коммуникацию между государством и обществом. Среди факторов, затрудняющих повышение эффективности современных российских СМИ, можно выделить следующие:

- осуществление деятельности в условиях модернизации политической системы,
- сохранение наряду с новыми принципами взаимоотношений власти с масс-медиа традиционных методов управления СМИ,
- политизация СМИ при снижении уровня политической культуры масс-медиа,
- отсутствие социальных механизмов контроля за информационно-психологическим воздействием СМИ

Автор считает необходимым разработку и реализацию системы мер государственной поддержке телеканалов: формирование государственного заказа на создание и производство продукции социальной и патриотической направленности, расширение социально-политической тематики телевизионных программ, активизация творческого потенциала журналистов и т.д. Однако для поддержания социального вектора развития телевидения России недостаточно стимулирующих мер государства. Для комплексного решения этой проблемы автором выделены технологическая, кадровая, финансовая, идеологическая, правовая и организационная составляющие единой государственной информационной политики, последние из которых,

по мнению диссертанта, являются основными

В России на данный момент недостаточно развиты эффективные правовые механизмы воздействия общества на СМИ. Законодательство должно актуализировать ответственность за нарушение права граждан на беспрепятственное получение информации (до сих пор нет закона «О праве граждан на информацию»). Соискатель отмечает, что правовая база функционирования СМИ должна быть дополнена законами «Об общественных наблюдательных советах для телерадиовещания», «Об обязанностях коммерческого телерадиовещания по обеспечению общественных интересов» и др.

Организационная составляющая информационной политики предполагает наличие системы структур, осуществляющих регулирующие и контролирующие функции в отношении деятельности СМИ. Диссертант акцентирует внимание на том, что в зарубежных странах сложилась подобная практика. Так, например, в ЕС действуют комитеты экспертов по плюрализму в СМИ, в США – комиссия по этике, адвокатские бюро по защите прав СМИ. В России обозначенные функции выполняют Совет по профессиональной этике журналистов России и Общественные палаты. Однако их решения носят рекомендательный характер.

Выполнение телевидением комплекса социально ориентированных функций, согласованных с единой концепцией информационной политики государства, будет способствовать гармонизации интересов властных структур и институтов гражданского общества.

В заключении автором сформулированы выводы, предложения и практические рекомендации, намечены решения конкретных проблем оптимизации функционирования телевидения в процессе политической коммуникации современной России.

Основные положения диссертации изложены в следующих публикациях автора

- 1 Маркеева М Ю Политика и СМИ [Текст] / М Ю Маркеева // XXIV Гагаринские чтения Международная молодежная научная конференция тезисы докладов - Т1 - М Изд-во ЛатМЭС, 2000 – 0,2 п л
- 2 Маркеева М Ю Политика и СМИ [Текст] / М Ю Маркеева // IX межвузовские студенческие чтения "XXI век гуманитарные и социальные науки" тезисы выступлений – Тула, 2000 – 0,1 п л
- 3 Маркеева М Ю Манипуляция сознанием как социально-политическое явление [Текст] / М Ю Маркеева // Известия ТулГУ Серия Социология и политология Вып 4 - Тула ТулГУ, 2003 – 0,7 п л
- 4 Маркеева М Ю Манипуляция сознанием и право [Текст] / М Ю Маркеева // Известия ТулГУ Серия Социология и политология Вып 5 - Тула Изд-во ТулГУ, 2004 - 0,5 п л
- 5 Маркеева М Ю Телевидение доминирующий канал информирования населения России о деятельности органов государственной власти [Текст] / М Ю Маркеева // СМИ в информационном взаимодействии власти и общества материалы всероссийской конференции – М , Изд-во "Хроникер", 2005 - 0,4 п л
- 6 Маркеева М Ю Возможна ли «оранжевая революция» в России? [Текст] / М Ю Маркеева // Власть, граждане и СМИ материалы экспертных опросов по ключевым проблемам российской политики в 2004-2005 гг – М Изд-во "Хроникер", 2005 – 0,1 п л
- 7 Маркеева М Ю Трансформация роли телевидения в СССР и России [Текст] / М Ю Маркеева // XV Всероссийские чтения студентов, аспирантов и молодых ученых «XXI век гуманитарные и социально-экономические науки» - Тула Изд-во ТулГУ, 2006 – 0,1 п л
- 8 Маркеева М Ю Применение маркетинговых и мобилизационных

действий СМИ в условиях глобализации [Текст] / М Ю Маркеева // Молодежь в социально-гуманитарных науках сборник материалов Международной очно-заочной научно-практической конференции - Тула Изд-во ТулГУ, 2006 – 0,2 п л

- 9 Маркеева М Ю Телевидение как главный ресурс государственной информационной политики [Текст] / М Ю Маркеева // Известия ТулГУ Серия Связи с общественностью Реклама - Вып 1 – Тула Изд-во ТулГУ, 2006 – 0,3 п л
- 10 Маркеева М Ю Факторы повышения эффективности работы телевидения в России [Текст] / М Ю Маркеева // Известия ТулГУ Серия Социология и политология - Вып 8 - Тула Изд-во ТулГУ, 2006 – 0,6 п л
- 11 Маркеева М Ю Эффективность телевидения как средства коммуникации в СССР и в России [Текст] / М Ю Маркеева // СМИ и общество материалы всероссийской конференции – М Изд-во "Хроникер" 2006 - 0,6 п л

Изд лиц ЛР № 020300 от 12 02 97 Подписано в печать 28/04 07
Формат бумаги 60х84 1/16 Бумага офсетная
Усл печ л 1,2 Тираж 100 экз Заказ 016

Тульский государственный университет 300600, г Тула, просп Ленина, 92
Отпечатано в Издательстве ТулГУ 300600, г Тула, ул Болдина, 151