

На правах рукописи

ДЮКИНА СВЕТЛАНА ВЛАДИМИРОВНА

**СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК
СИСТЕМООБРАЗУЮЩИЙ ФАКТОР СОВРЕМЕННОГО
ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА**

Специальность 23.00.02. – Политические институты, этнополитическая
конфликтология, национальные и политические процессы и технологии

АВТОРЕФЕРАТ

**диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук**

Нижний Новгород – 2005

Работа выполнена на кафедре международных отношений Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского

Научный руководитель: доктор исторических наук, профессор,
заслуженный деятель науки РФ
Колобов Олег Алексеевич

Официальные оппоненты: доктор социологических наук, доцент
Сочнев Дмитрий Васильевич
кандидат политических наук, доцент
Агеев Олег Владимирович

Ведущая организация: Нижегородский государственный
педагогический университет

Защита состоится 24 января 2006г. в 11.00ч. на заседании диссертационного совета Д – 212.166.10 при Нижегородском государственном университете им. Н.И. Лобачевского по адресу: 603005, Нижний Новгород, ул. Ульянова, д.2, факультет международных отношений ННГУ им. Н.И. Лобачевского, ауд.315

С диссертацией можно ознакомиться в Фундаментальной библиотеке ННГУ им. Н.И. Лобачевского по адресу: 603950, Нижний Новгород, проспект Гагарина, д.23, корп.1.

Автореферат разослан «15» декабря 2005г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
доктор исторических наук,
профессор



Корнилов А.А.

2006-4
30125

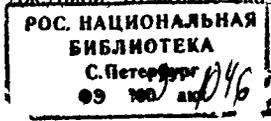
2265351

I ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы.

На современном этапе развития осуществляется перестройка политического пространства, связанная с переходом к информационному обществу и изменением места коммуникации в политической сфере. Коммуникация в сфере политики, или политическая коммуникация, имеет три уровня: межличностный, групповой и массовый. В настоящее время, наибольшее внимание ученых и общественности привлекает массовая политическая коммуникация, которая подразумевает под собой процесс распространения политически значимой информации в политическом пространстве с помощью средств массовой информации (далее СМИ). Интерес к данной проблеме обусловлен тем, что СМИ, находясь в среде политического коммуникативного пространства, обусловленные его спецификой и отражающие состояние данного пространства, являются не просто фактором распространения и обмена информации, а формой организации массовых информационно-коммуникативных процессов, что в свою очередь, задает соответствующий характер протекающим в обществе политическим процессам. Массовая коммуникация все больше превращается из подчинённого элемента в системе политики в создателя политической реальности. Сегодня информация превратилась в инструмент власти, который используется как товар, а последние достижения в области информационных технологий делают его структурным элементом стратегии государства. При этом СМИ выступают в качестве средства навязывания определённых правил прочтения социальных отношений, стоящих на службе существующего порядка.

Такое положение превращает массовую коммуникацию субъекта власти с отдельным самостоятельно мыслящим индивидом из технически-связующего средства обеспечения контактов государства и общества в суть и смысл политики. Если использовать мысль Дж. Дьюи, то можно сказать, что



коммуникация в политике становится не просто условием информационных обменов власти и общества, а превращается в саму политику.

Масс-медиа сегодня проникли во все сферы человеческой жизнедеятельности, постоянное расширение их полномочий и монополизация ими сферы конструирования общественного мнения привели к размыванию границ между объективной реальностью и виртуальной (масс-медийной). Сегодня вне медиаконтекста событий и явлений не существует. Медиареальность, подменяя собой объективную реальность, формирует ключевые социально-психологические парадигмы, а, следовательно, конструирует общественное сознание и моделирует политическую конъюнктуру.

Соответственно, возникает необходимость осмысления новой роли СМИ в структуре политической системы. Это обстоятельство, а также бурное развитие информационно-коммуникативных технологий в конце XX – начале XXI веков, изменение коммуникативного поведения аудитории выдвигают на первый план вопрос о методологических аспектах анализа деятельности СМИ в условиях формирования новых политических отношений.

Поэтому актуальность настоящей работы обусловлена, с одной стороны, необходимостью осмысления и систематизации последних тенденций в области взаимоотношений между субъектами власти и СМИ, а с другой, необходимостью рассмотрения политики как медиапроцесса.

Проблема взаимоотношений между СМИ и политической системой, частью которой они являются, на протяжении всего XX века выступает в качестве предмета множества исследований. Авторы этих исследований выявили и сформулировали множество факторов, которые накладывают отпечаток на все аспекты деятельности СМИ: от институциональной структуры до особенностей информационного влияния. Однако в последние годы в этой проблематике выявились новые аспекты, нуждающиеся в углубленном исследовании.

Степень научной разработанности проблемы массовой

коммуникации достаточно обширна и включает широкий перечень имен и направлений научной мысли, что свидетельствует не только о многогранном теоретическом содержании, но и о длительной истории изучения информационно-коммуникативных процессов.

Первый этап, собственно социологический, становления теории массовых коммуникаций относится к 19 веку, когда с одной стороны, закончилось выделение в науку самой социологии, а с другой – сложился социальный институт прессы, реальное функционирование которого стало социальным фактом, что давало возможность рассматривать его в качестве объекта научной мысли.

Начало изучения массовой коммуникации как социального явления и процесса, объективно влияющего на жизнедеятельность общества, берёт своё начало лишь в 20-е годы XX века. Впервые обоснование проблемных вопросов в данной области связывают с именем немецкого социолога М. Вебера. Дальнейшее изучение массовой коммуникации проводилось в трёх основных аспектах – теоретическом, прагматическом и экспериментально - прикладном. Основные теоретические направления изучения массовой коммуникации – это по преимуществу опыт американский (теория массовых коммуникаций как научная дисциплина начала формироваться в США уже в 30-е – 40-е годы), особняком среди всех исследований стоят работы Г. Лассуэла, так как именно ему принадлежит схема коммуникативного акта, которая на современном этапе развития считается классической.

Единая теория массовой коммуникации исторически складывалась и до сих пор формируется из научных подходов, позиций и исследований многих ученых – представителей как общественных, так и естественных и технических отраслей знаний. Она вызрела в русле философии (Аристотель, Локк Д., Гоббс Т.), исследований по социологии и психологии (Тард Г., Адорно Т, Хоркхаймер М, Мертон Р., Хабермас Ю), а оформлялась в русле

исследований проблем теории информации и кибернетики (Винер Н., К.Шеннон).

СМИ как объект научного анализа сегодня представлены в рамках многих исследований, носящих, как правило, междисциплинарный характер. Поэтому при изучении деятельности СМИ в рамках данной работы использовалась различная теоретическая литература, которая может быть разделена на три группы в зависимости от предметной стороны рассмотрения.

К первой группе относятся работы, которые внесли наибольший вклад в развитие концепции информационного общества и послужили отправной точкой для изучения информации в качестве основания власти. Это работы Д. Белла, О. Тоффлера, М. Кастельса, И. Масуде, А. И. Ракитова, Г.Л. Смоляна, Д.С.Черешкина, а также ряда отечественных исследователей (Конфисахор А.Г., Сеидов В.Г., Кашлев Ю.Б., Галумов Э., Колобов О.А.), которые предприняли попытку систематизировать классические работы по информационному обществу и выявить его характерные черты, проявившиеся на данном этапе человеческого развития.

Ко второй группе относятся работы по теории политической коммуникалистики – науки, изучающей природу и строение информационно-политической сферы общественной жизни. Теоретическое обоснование политической коммуникалистики заложили исследования следующих зарубежных авторов: Моля А., Ф. де Соссюра, Якобсона Р. Шрама У., Маклюэна М., Инниса Г. Существенный вклад в становление этой науки вносят современные зарубежные и отечественные ученые: Аронсон Э., Прайс М., Шампань П, Роджерс Э., Кретов Б. И., Тузиков А. Р., Вершинин М.С., Почепцов Г.Г., Назаров М.М., Березин В.М., Вартанова Е. Л., Засурский Я. Н., Конецкая В.П., Федотова Л.Н. , Соловьев А.И.

Литература, относящаяся к политической коммуникалистике, включает в себя множество теорий, рассматривающих проблемы массовой политической коммуникации. Для данного исследования первостепенный интерес представляет теория массового общества. Особое место в ней

принадлежит психологическим и психоаналитическим исследованиям, которые рассматривают формирование и функционирование массового общества (Г. Лебон , З. Фрейд, М.А. Хевеши, Т.Н.Самсонова), а также способы воздействия на массовое сознание (С. Московичи, М.А. Литвинович, Д.В. Ольшанский).

Отечественный исследователь О. Кордобовский утверждает, что некоторые особенности человеческого поведения и его взаимоотношения со СМИ нельзя понять без анализа структуры психики человека и его исторического развития (особенно, в эпоху первобытного общества, когда структура общества представляла из себя массовое общество).

Проблемой прямого воздействия массовых коммуникаций с психологической точки зрения также занималась немецкая исследовательница Э. Нозль-Нойман. Она считает, что условием функционирования общества является общий психологический механизм, определяющий характер взаимодействия индивида и общества. Суть его в том, что угроза социальной изоляции для индивида оказывается важнее потери собственного мнения. Модели социального поведения рождаются в результате часто бессознательных оценок индивидом социальных ситуаций распределения возможных мнений, жизнеспособности и силы той или иной позиции, поэтому индивид присоединяется к мнению «других», даже если он не согласен с ним.

Особое внимание следует уделить структурно-функциональным теориям массовой коммуникации, которые восходят к социологической теории действия американского социолога Т. Парсонса и в значительной степени опираются на положение американского социолога Р. Мертона, согласно которому все действия в обществе обусловлены его потребностями. Идеологические факторы при этом несущественны. СМИ рассматриваются как самоорганизирующаяся и самоконтролирующаяся подсистема, функционирующая в пределах установленных политических правил.

Советская социологическая школа на основе марксистско-ленинской методологии разрабатывала теорию массовой коммуникации как вид социального общения. Изучалась духовная деятельность индивидов и общественное мнение, большое внимание уделялось идеологической пропаганде. Наиболее существенные исследования социального аспекта массовой коммуникации были проведены под руководством Б.А. Грушина изучалось влияние СМИ на формирование массового сознания и общественного мнения. Под руководством Б.М. Фирсова были проведены исследования главным образом на материале телевидения.

К третьей группе относятся труды тех деятелей научной мысли, кто рассматривал массовую политическую коммуникацию в прикладном аспекте, опираясь на анализ массовых информационных процессов. Обобщая подобного рода подходы, можно выделить три направления, трактующих особенности политической коммуникации при формировании политического пространства. Первый из них изучает механизм манипуляций, то есть влияние на массовое сознание (У. Липпман, С. Пру, Т. Уайт, П. Лазерфельд, А.И. Власов).

Ко второму относятся теории, изучающие механизмы формирования псевдореальности в массовом сознании, которые используются при создании сообщений в новостных информационных передачах (М. Маккомбс, Д. Шоу, У. Гемсон, Я.В. Назарова).

К третьему относится описание методов информационного воздействия на избирателей, и, в частности, исследования построения имиджа политического лидера как особой коммуникативной единицы работы с массовым сознанием в политическом пространстве (Г.Г. Почепцов, В.В. Смолякова, К.С. Жуков, А.Д. Карнашев, Ж. Сегела).

Таким образом, можно заключить, что рассмотренные работы и теории в области массовой политической коммуникации при всей их вариативности в основном нацелены на изучение роли СМИ в функционировании институтов жизнедеятельности общества. Последние исследовательские тенденции в этой

области направлены на изучение феномена медиавоздействия и последствий, к которым уже привели технологии, используемые СМИ при передаче информации. Использование в работе вышеперечисленных групп источников из разных предметных областей необходимо в связи с возможностью аккумулирования накопленных разрозненных научных знаний по проблеме исследования.

Объект исследования - политический медиапроцесс как совокупность форм, уровней и технологий взаимодействия субъектов политической власти, СМИ, общества.

Предмет исследования – механизмы функционирования средств массовой информации в политическом пространстве.

Цели и задачи исследования. Целью диссертационного исследования является анализ функционирования массовой политической информации как необходимого компонента взаимодействия субъектов и объектов современного политического процесса. Данная цель подразумевает выполнение следующих задач:

1. На основе изучения эволюции форм политической коммуникации на протяжении XX- начала XXI веков выявить ее современные характеристики;
2. Изучить предпосылки складывания и характерные черты новой формы организации общества и власти - медиакратии
3. Рассмотреть структуру политического пространства в рамках информационно-коммуникативной системы;
4. Выделить основные теоретические подходы к изучению проблемы «влияния» СМИ в ходе конструирования представлений о повседневной реальности в массовом сознании;
5. Изучить основные механизмы конструирования политического пространства средствами массовой информации;

6. Исследовать доминирующие формы и технологии взаимоотношений политических акторов в информационно-политическом пространстве Российской Федерации;
7. Раскрыть структуру властных отношений современного массового общества и на ее основе обосновать сущность власти СМИ;
8. Определить на основе проведенного анализа деятельности СМИ их основную функцию в современном политическом пространстве.

Хронологические рамки исследования охватывают период XX и начала XXI веков. Выбор этого периода для исследования обусловлен тем, что, во-первых, именно в XX веке произошел технологический прорыв в области средств сбора, хранения и распространения информации, и как следствие, появились электронные СМИ (радио, телевидение, интернет); во-вторых, постепенно, по мере своего развития СМИ стали глобальными (стирание пространственных и временных границ); в-третьих, к концу XX века СМИ начали играть существенную роль во всех процессах жизнедеятельности общества любого государства, независимо от типа политической системы (тоталитарная, авторитарная, демократическая).

Теоретико-методологическую основу исследования составили общенаучные принципы системного подхода, который применялся при рассмотрении политического пространства в рамках информационно-коммуникативной системы, и, следовательно, изучении взаимодействия общества и государства, общества и СМИ, государства и СМИ.

Решение поставленных в диссертационном исследовании задач потребовало использования как общенаучных методов (анализа и синтеза, дедукции и индукции), так и методов, присущих политологической, психологической, социологической и другим смежным наукам (сравнительно исторический, структурно – функциональный, антропологический, социально – психологический).

В ходе исследования были использованы следующие методы исследования политических процессов:

- институциональный – его применение позволило выявить место института СМИ в политической системе;

- системный анализ применялся при рассмотрении политического пространства в рамках информационно-коммуникативной системы, и, следовательно, изучении взаимодействия общества и государства, общества и СМИ, государства и СМИ;

- структурно – функциональный анализ использовался для рассмотрения института СМИ как некоторой системы, обладающей сложной структурой, каждый элемент которой выполняет специфические функции.

Междисциплинарность исследуемой проблемы обусловила применение методов наук, смежных с политологией:

- сравнительно-исторический метод способствовал сопоставлению и выявлению места и роли политической коммуникации и отдельных уровней последней во временном развитии;

- антропологический метод позволил обосновать роль СМИ в современном мире, которая обусловлена не социальными факторами, а родовыми чертами человеческой природы;

- социально-психологический метод применялся для выявления и обоснования основных механизмов конструирования политического пространства;

- метод контент-анализа использовался в прикладном исследовании российского политического информационного пространства.

В работе использованы труды отечественных и зарубежных исследователей, в которых, во-первых, представлен системно-интегративный подход, позволяющий обозначить СМИ как социально-коммуникативную систему; во-вторых, информационно-технический подход, дающий представление о новых информационных технологиях, глобально реализуемых СМИ в политическом пространстве; в-третьих, полигико-

психологический подход, исследующий различные психологические компоненты, которые, формируясь у людей в результате политической социализации и непосредственной социально-политической деятельности, проявляются в соответствующих действиях индивидов и социальных групп.

Эмпирическая база исследования формировалась за счет информационных и официально-документальных изданий государственных институтов, ведомств и структур, результатов социологических исследований, информационных ресурсов сети Интернет.

В процессе работы над диссертацией были использованы: Конституция Российской Федерации, федеральные законы: «О средствах массовой информации», «О рекламе», «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных СМИ», «Об информации, информатизации и защите информации». Данные законодательные акты конституируют официальную государственную информационную политику в Российской Федерации и задают ее характер.

Глубокий интерес исследователя вызвали «Концепция формирования информационного общества в России», «Концепция государственной информационной политики», «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации» и федеральная целевая программа «Электронная Россия». Рассмотрение этих программ послужило отправной точкой для выявления приоритетных задач государственного управления и развития информационно-коммуникативной сферы.

Научная новизна исследования. Элементы новизны данной работы могут быть определены исходя из следующих положений:

- выявлена и представлена структура современного политического пространства в рамках информационно-коммуникативной системы;
- в обобщенном виде представлены основные характеристики медиакратической формы организации общества и власти;

- на основе анализа теоретических концепций и уровней политической коммуникации выделены основные современные формы работы субъекта политики с массовым сознанием;

- на основе прикладного исследования российского политического информационного пространства выявлены и представлены доминирующие формы взаимоотношений субъекта политической власти и СМИ, СМИ и общества;

- раскрыта сущность власти СМИ на основе анализа структуры властных отношений массового общества в рамках психоаналитической концепции, и как следствие, сопоставление, с одной стороны, природной и социальной сущностей массового общества и, с другой стороны, основных характерных черт становления информационного общества;

- в рамках комплексного анализа специфики деятельности СМИ определена и охарактеризована их роль в системе взаимоотношений «власть–СМИ– общество».

Основные положения диссертации, выносимые на защиту:

1. Под воздействием информационных технологий происходит трансформация политического пространства. Политические акторы начинают выстраивать новую систему взаимоотношений с обществом, которая обусловлена правилами и структурой функционирования информационно-коммуникативной системы и происходит по законам движения массовой информации.

2. Повсеместное использование информационных технологий в политическом пространстве привело к появлению новой формы организации общества и власти – медиакратии, которая характеризует новые возможности регулирования общественных отношений в системе «власть-общество», при которых коммуникация становится механизмом реализации власти.

3. Современный индивид ведет свое существование в символической реальности, единственным конструктором которой выступают СМИ. Такое положение вещей способствует доминированию политической коммуникации

через СМИ, что делает возможным использование новых механизмов более «профессионального» формирования конкретного общественного мнения, необходимого субъекту власти в конкретный момент и способствующего легитимации его властных полномочий.

4. Современное общество представляет собой массовое общество. При этом массовость является не только социальной, но и природной характеристикой. В свою очередь, природная основа социальности массы способствует выделению СМИ в качестве автономного социально-политического субъекта.

5. СМИ являются зависимым институтом от той политической системы, в которой они функционируют – это, с одной стороны. Однако, с другой стороны, коммуникация сегодня определяет весь формат политических отношений. Коммуникация субъектов власти через СМИ превратилась в системообразующий элемент всей политической системы.

Теоретические выводы диссертационного исследования могут послужить отправной точкой для дальнейшего изучения СМИ как социального института, как субъекта политики, как средства манипулирования индивидуальным и массовым сознанием, как системы представительства гражданских интересов. Кроме того, междисциплинарность данного исследования позволяет выделить институт СМИ и его структурные элементы в качестве объекта исследования не только гуманитарных, но и естественных наук.

Практическая значимость исследования заключается в том, что его результаты могут быть использованы в практике преподавания политологии, в подготовке журналистских кадров, а также при разработке учебных курсов и спецкурсов по теории и практике массовой информации и коммуникации. Системный анализ современного состояния информационно-коммуникативной системы и механизмов воздействия на массовое сознание, применяемых СМИ, может способствовать разработке и применению

новых форм открытого взаимодействия в системе «государство-СМИ-общество».

Апробация диссертационной работы.

Основные теоретические положения и методологические подходы, содержащиеся в диссертации, излагались автором на ежегодных сессиях студентов и молодых ученых, научных и научно-практических конференциях и семинарах, проводимых:

- Актуальные проблемы американистики. X международный научный семинар «Россия, НАТО и США в антитеррористической коалиции», ННГУ им. Н.И.Лобачевского, декабрь 2003г.;

- Проблемы теории и практики регионоведения. Научно-практический семинар, ННГУ им. Н.И.Лобачевского, 2005г.;

- III межвузовская научно-практическая конференция студентов и молодых учёных, Удмуртский Государственный Университет, апрель 2003г.;

- международная научно – практическая конференция «Международная политэкономия и политические науки в аспекте глобализации (российский и американский подходы)», Удмуртский Государственный Университет, май 2003г.;

- культурно-образовательный проект «Неделя PR на Иже», в рамках которого состоялась научно-практическая конференция «PR в некоммерческой сфере», Удмуртский Государственный Университет, ноябрь 2004г. Некоторые положения диссертационного исследования были изложены в рамках XV сессии летнего методологического института международных отношений в июле 2004г.

Структура диссертации определяется целями и задачами исследования. Работа состоит из введения, трех глав, содержащих восемь параграфов, заключения, приложений и списка использованных источников и литературы.

II ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность избранной темы, раскрывается степень ее научной разработанности, определяются объект, предмет, цель, задачи, теоретико-методологическая основа исследования, характеризуется научная новизна и практическая значимость работы.

В **первой главе «Структурно – функциональные изменения политического пространства современного общества»** проведен анализ развития и трансформации форм и уровней взаимодействия субъектов политической власти и общества за последнее столетие.

В **первом параграфе «Средства массовой коммуникации в системе политических отношений современного общества»**, представлен анализ эволюции форм политической коммуникации и их роли в функционировании политической системы на протяжении XX и начала XXI веков. Выявлены основные предпосылки складывания информационного общества, которые характеризуются информационной революцией, произошедшей в XX веке. Одним из признаков последней стало развитие электронных средств массовой коммуникации, что повлияло на увеличение роли коммуникации в политическом процессе и способствовало изменению форм политической коммуникации.

Анализ вышеприведенных явлений позволяет констатировать, что на те изменения, которые переживает современное мировое сообщество, существенным образом повлияло бурное развитие информационных технологий. В первую очередь, то, что политические коммуникации из связующего элемента системы «субъект политики – объект политики» превратились в системообразующий. Главной причиной такого преобразования является технико-технологический прорыв в области средств хранения и передачи информации, который поспособствовал изменению, как форм политической коммуникации, так и изменению в соотношении употребления уровней политической коммуникации. Если, до появления электронных средств передачи информации, политическая коммуникация,

преимущественно, осуществлялась на межличностном и групповом уровнях, то теперь она реализуется на массовом уровне. Иными словами, политическая коммуникация в современном мире осуществляется только через СМИ. В некотором роде межличностная и групповая политические коммуникации осуществляются тоже через СМИ, так как, если коммуникация субъекта политической власти и представителя (или группы) общественности происходит на этих уровнях, то она практически не оказывает влияния на политический процесс в целом. Однако, если о такого рода контактах сообщают СМИ, то влияние на политический процесс будет оказываться в любом случае.

Во втором параграфе «Медиакратия как новая форма организации общества и власти», исследуется новая форма организации общества и власти, присущая современному демократическому обществу, – медиакратия, как закономерный результат плотного взаимодействия политических и маасмедийных структур общества. На основе рассмотрения понятия «медиакратия» как формы организации власти анализируются различные определения понятия «власть» и ее источники.

Среди трех основных источников власти – сила, богатство и знание, в современном мире последний более основателен, так как с помощью знаний человек в состоянии решить задачи, которые могли бы потребовать использования насилия или богатства.

По Э.Тоффлеру, «знание является самым разносторонним и фундаментальным инструментом власти, поскольку позволяет его обладателю избежать реакции на вызовы, перед лицом, которых он оказался, прибегая к насилию или богатству, и может быть применено как средство принуждения других вести себя таким образом, чтобы не нарушать личного интереса обладателя знания. Знание дает в распоряжение его обладателю самую действительную власть». Это замечание полностью характеризует отношения внутри общества, а в частности между субъектами власти и ее объектами в эпоху медиакратии.

Информация (знание) превратилась в главный источник власти. Обладание ей и использование в нужный момент стало способствовать, как непосредственному наделению властными полномочиями, регулированию политической системы, социально-политических процессов, так и легитимации властных полномочий, то есть информация стала механизмом, посредством которого реализует себя политическая власть. В результате начала складываться новая форма организации общества и власти – медиакрагия, под которой мы понимаем такой способ организации политической системы, где политический процесс строится, исходя из структуры информационно-коммуникативной системы.

В третьем параграфе «Структура политического пространства современного общества в рамках информационно-коммуникативной системы», рассматривается структура политического пространства современного общества с точки зрения построения коммуникативных процессов.

Политическое пространство современного общества представляет из себя многоуровневую систему информационно-коммуникативных процессов, последняя строится исходя из взаимодействия пяти структурных элементов: коммуникатор, сообщение, канал, реципиент, эффективность приема сообщения. При наложении этой структуры на политическое пространство выделяется его следующая структура: субъект политики, сообщение, канал – СМИ, объект политики – массовая аудитория, эффект воздействия сообщения, которые участвуют в политической коммуникации и, тем самым, находятся в постоянной взаимосвязи. При этом ведущую роль в этой структуре, а, следовательно, во всем политическом процессе играют СМИ, так как в прединформационном обществе жизнедеятельность и субъекта и объекта политики обусловлена законами движения массовой информации.

Во второй главе «Механизмы конструирования политического пространства средствами массовой коммуникации», на основе анализа теоретических концепций дается характеристика основных способов работы с

массовым сознанием в современном политическом пространстве. Для подтверждения теоретических выводов приводится прикладное исследование политического информационного пространства.

В первом параграфе «Проблема «влияния» СМИ как предмет изучения политической коммуникации: основные теоретические подходы», представлен анализ теоретических и практических работ исследователей, специализирующихся на изучении влияния деятельности СМИ на общественность в процессе политических коммуникаций, в результате были подробно описаны основные механизмы, которые может использовать субъект политической власти в процессе конструирования информационного политического пространства.

В настоящее время для объяснения механизмов влияния массовой политической коммуникации на индивидуальное и массовое сознание предложены многочисленные теории, которые разрабатывались на протяжении всего прошлого столетия на основе изучения конкретной деятельности СМИ по созданию и передаче сообщения массовой аудитории.

Мнения исследователей можно условно разделить на две группы. Первая считает, что СМИ объективно отражают происходящие события и не вносят элемента субъективизма, политической и идеологической пристрастности в оценку событий. По их мнению, посредством массовой коммуникации общественное мнение становится известным органом государственной власти, учитывается ими и таким образом оказывает воздействие на проводимую политику. Другие исследователи придерживаются позиции, что политическая коммуникация является средством получения выгоды и социального контроля. В логике данного подхода СМИ, общественность и государственная власть взаимодействуют следующим образом: органы государственной власти при помощи СМИ воздействуют на общественное мнение в нужном им направлении, то есть масс-медиа поддерживают существующую государственную власть.

В любом случае, независимо от доминирующей функции СМИ в политической коммуникации, для ее реализации, наибольшее значение в коммуникативной цепочке уделяется процессу создания текста сообщения, потому что один и тот же информационный факт можно изменить диаметрально противоположными способами. Здесь все зависит от тех целей, которые преследует коммуникатор.

В итоге, на основе анализа основных теоретических подходов в исследовании политической массовой коммуникации, диссертант приходит к выводу, что СМИ преимущественно используются субъектами политической власти для манипулирования массовым сознанием, для чего имеется богатый инструментарий.

Во втором параграфе «СМИ: проблема конструирования имиджа политического лидера», в качестве самого яркого примера использования возможностей СМИ для организации эффективной политической коммуникации приводятся способы конструирования политического пространства с помощью ввода в него особой коммуникативной единицы – имиджа политического лидера.

С массовым сознанием можно работать только с помощью коммуникативной единицы, которой и является имидж. В общении одного человека с другим возможно применение физических единиц. Для массового сознания это невозможно, следует концентрироваться на коммуникативных действиях. Но одновременно работа с массовым сознанием отличается тем, что нельзя передать, например, политика как сообщение в полном объеме, необходимо его трансформировать в соответствии с требованиями канала передачи (для телевидения – одни возможности, для радио – другие, для газеты – третьи). Весь объем характеристик передать невозможно. По этой причине приходится ограничиваться только малой их частью. Поэтому значимым становится выбор характеристик для передачи. Именно этот отбор из практически бесконечного объема характеристик до весьма ограниченного и формирует имидж. Воздействие уже отобранных характеристик происходит

в интенсивном режиме, потому что они отобраны таким образом, чтобы безошибочно преодолевать фильтры восприятия аудитории.

На наш взгляд, существуют две главные причины повышения внимания к имиджу в современном мире. Это усиление нарциссических тенденций и развитие технических средств коммуникации. Сегодня индивидуальное самовыражение провозглашается одной из ведущих ценностей личности, а личный успех – ее первостепенной задачей. Наряду с этим непосредственное взаимодействие людей все больше вытесняется медиакommunikациями, то есть заменяется взаимодействием через сеть технических средств. Живое человеческое общение заменяется общением символическим – обменом информацией, обобщенными образами и условными обозначениями – символами в широком смысле этого слова.

Современные субъекты политики практически освобождены от прямого общения с массами. Взаимодействие «субъект политики – объект политики» осуществляется через промежуточные каналы различных информационно-символических систем. Это – реклама, телевизионные выступления, газетные интервью, PR – акции.

Таким образом, имидж и деятельность по его созданию и уходу, представляют собой специально организованную коммуникативную систему, с помощью которой отдельная личность или группа людей презентуют себя в символической форме.

В третьем параграфе «Информационная политика субъекта политической власти как фактор, определяющий характер использования СМИ в процессе политической коммуникации», приводится прикладное исследование политического информационного пространства регионов России с целью анализа реальных, а не декларируемых форм взаимодействия субъектов политической власти и СМИ.

В основу исследования была положена региональная экспертиза фонда развития информационной политики «Формирование информационной политики в российских регионах: проблемы и перспективы». Так, в феврале

2005 года этот фонд опросил 43 эксперта из семи федеральных округов Российской Федерации о характере информационного пространства в регионах, информационной политике региональных властей и редакционной политике СМИ, а также направлениях их возможного развития.

Диссертантом был проведен контент-анализ ответов экспертов на вышеприведенные вопросы, который позволяет констатировать, что современные субъекты власти используют любые механизмы конструирования необходимого им политического пространства, но преобладают «скрытые», неформальные способы регулирования информационных взаимоотношений государство-СМИ-общество, которые характеризуются применением полутеневых и теневых технологий, и заключаются в организации контактов органов власти и СМИ с использованием административных и экономических рычагов давления.

Третья глава «Социально-психологические особенности функционирования медиаполитической организации общества» состоит из двух параграфов, в первом из которых с помощью психоаналитической концепции рассматриваются основные элементы структуры властных отношений массового общества, что способствует раскрытию во втором параграфе сущности и оснований власти СМИ.

В первом параграфе «Структура властных отношений массового общества: психоаналитический аспект», диссертант исследует социальную структуру властных отношений и анализирует природные основания массового общества и механизмы их проявления в социуме. Для этого автор обратилась к такой науке как психоанализ, а в частности к работам З. Фрейда, который считает, что только инстинкты обладают достаточно интенсивной мотивационной силой.

Главной характерной чертой нашей эпохи является появление «массового индивида». Массовая аудитория в коммуникативном пространстве политики выступает в качестве объекта принимающего сообщения субъекта власти. Однако, с некоторых пор (с 80-х гг., XIX века когда появился труд

французского социолога Г. Лебона («Психология народов и масс») многие исследователи (З. Фрейд, Г. Тард, М.А. Хевеши) считают, что в качестве объекта, необходимо рассматривать не просто массовую аудиторную, как количественную характеристику, а общество – массу, как качественную характеристику. С точки зрения концепции массового общества, с недавних пор идут процессы массивификации: смешения и стирания социальных групп. Из разнородных индивидов образуется однородное тело. Масса состоит из людей массы. И причинами «омассовления» оказываются СМК, масс-медиа и феномен их влияния.

Полигическая власть выступает необходимым средством регуляции и интеграции современного общества. Выполнение этой функции зависит от способности политических органов оказывать влияние на сознание и психологию масс с целью одобрения и выполнения ими политических решений. Сознание включается в детерминацию человеческой деятельности. Влиять на социальную психику – значит влиять на исторические события, в том числе - на политические события. Поэтому массовая и индивидуальная психология выступает как важный фактор формирования политики, политических отношений. Это требует постоянного совершенствования идейно-психологического воздействия на массовое сознание, направленного на приведение его в соответствие с целями и задачами текущего момента и конкретного политического курса. Налаживание взаимосвязи политической власти и массового сознания – необходимое условие проведения целенаправленных социально-политических перемен, предпосылка эффективной и стабильной жизнедеятельности общества. Однако, эффективность выстраивания этой взаимосвязи исходит из понимания сущности и структуры масс.

Диссертант рассматривает две характеристики массы: природную и социальную. И если рассмотреть их в духе теории либидо, то социальная структура массы определяется вождем, а природная - стадным инстинктом. Стадо - первоначальная форма существования индивидов, к которой они

всегда стремятся в силу инстинкта самосохранения. В силу этого же инстинкта они ищут вождя, так как без него они представляют собой просто временное скопище людей, а вождь дает этому стаду организованную структуру и тем самым поднимает его на степень выше по уровню развития.

Следовательно, массовая аудитория имеет свою специфическую сущность, которая вытекает из двух ее характерных черт: природной и социальной. Природная сущность массы – это стадный инстинкт, то есть бессознательное стремление к коллективному существованию. Социальные характеристики масса приобретает только при наличии вождя, так как он придает «стаду» организованную структуру. Без учета этой специфической (социально-психологической) сущности достаточно сложно объяснить возможности влияния СМИ на массовую аудиторию.

Во втором параграфе «СМИ как автономный социально-политический субъект», предпринята попытка описания сущности власти СМИ. Диссертант обращается к социально-психологическим основаниям человеческого существования. В качестве отправной точки для анализа были использованы основные характерные черты информационного общества.

Субъекты власти и СМИ, с момента своего появления, всегда действовали как одно целое и широко использовали весь манипуляционный инструментарий для управления общественным мнением. Однако, если ранее манипуляции информацией и общественным мнением выступали как прикладные моменты, необходимые для обеспечения определенного психологического фона при решении конкретных вопросов различными политическими силами, то сегодня СМИ имеют возможность полностью задавать социальную реальность, и пользуются этим. СМИ сегодня определяют, что есть, а чего нет. Любой политический, социальный и даже экономический факт становится фактом лишь в том случае, если он отражен в СМИ. Вне информационного контекста в современной реальности вещей, событий и явлений (в том числе политических) не существует. СМИ превратились в автономного социально-политического субъекта, который

определяет всю социальную реальность и диктует свою волю реальным субъектам власти при построении информационного политического пространства.

Для понимания сущности власти СМИ необходимо выйти из поля политики и обратиться к социально-психологическим основаниям человеческого существования. В основе социальности индивида лежит его природное начало – стадный инстинкт, который заставляет отдельных индивидов организовываться в некие общности. Однако, сами по себе индивиды не могут создать ничего кроме стихийной толпы, следовательно, чтобы образовалась организованная масса индивидам необходим вожак, который бы руководил образованной общностью и придавал ей структуру. В традиционных и индустриальных обществах в роли вождя выступали конкретные личности. В постиндустриальном обществе, по мере его развития, и обретения черт информационного реальный вождь утратил свои сущностные характеристики. Постепенно его роль заняли СМИ.

В современном мире СМИ приобрели статус и выполняют функции вождя, так как обеспечивают удовлетворение природных потребностей (инстинктов) масс. Благодаря особым механизмам конструирования виртуального пространства (создание определенной картины мира) в массовом сознании, они удовлетворяют стремление индивидов к коллективному существованию (создание массовой аудитории) и, одновременно, регулируют жизнедеятельность этого коллектива посредством передачи сообщения с заранее заданным прочтением, в котором передаются нормы и формы поведения.

Превращение института СМИ в «вождя» массового общества, позволило ему занять лидирующие позиции в современном демократическом обществе и превратиться в автономного социально-политического субъекта, который задает основные позиции прочтения социальной реальности, тем самым, регулируя жизнедеятельность социума. В результате, субъекты политической власти вынуждены вести свое существование по законам

функционирования информационно-коммуникативной системы и подстраиваться под те нормы и правила создания виртуальной социальной реальности, которые «провозглашают» СМИ, так как объектом деятельности и тех и других является массовое общество. Однако, создали это массовое общество СМИ и, следовательно, только они задавали и задают формы и механизмы работы с ним. Это обстоятельство позволяет утверждать, что СМИ являются системообразующим фактором современного политического процесса.

В заключении подводится краткий итог исследования, излагаются основные выводы диссертации, которые, как полагает автор, могут быть востребованы в дальнейшей исследовательской работе, связанной с теоретическим и практическим анализом процессов и явлений политической коммуникации через СМИ, а также перспектив их развития в условиях становящегося информационного общества.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

1. Дюкина, С.В. Информация и современность / С.В.Дюкина // XXVII итоговая студенческая конференция. Ижевск: изд-во УдГУ, 1999.-250с.-С.191-192.
2. Дюкина, С.В. Функционирование массовой политической коммуникации в современном информационном пространстве / С.В. Дюкина. // Неделя молодежной науки Удмуртской республики. III Межвузовская научно-практическая конференция студентов и молодых ученых. - Ижевск,2003. – 114с.-С.91-92.
3. Дюкина, С.В. Функционирование СМИ в современном политическом пространстве (теоретический анализ американских исследований) / С.В. Дюкина. // Актуальные проблемы американистики: Материалы десятого международного научного семинара «Россия, НАТО и США в

- антитеррористической коалиции» Н.Новгород. 19-20 декабря 2003г. / Под общей редакцией академика О.А. Колобова. – Нижний Новгород: ФМО ННГУ, 2004. – 262с. – С.49-54.
4. Дюкина, С.В. Структура политического пространства современного общества в рамках информационно-коммуникативной системы / С.В. Дюкина. // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия Международные отношения. Политология. Регионоведение. Выпуск 1(2). – Н.Новгород: Изд-во ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2004. – 385с. – С.182-190.
 5. Дюкина, С.В. Медиapolитические механизмы управления массовым сознанием / С.В. Дюкина. Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия Международные отношения. Политология. Регионоведение. Выпуск 2(3). – Н.Новгород: Изд-во ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2005. – 446с. – с.169-178.
 6. Дюкина, С.В. Реклама и PR: краткий словарь современных терминов и понятий / Н.А.Кузнецова, С.В. Дюкина. – Нижний Новгород: Издательство Нижегородского университета, 2005.- 81с.

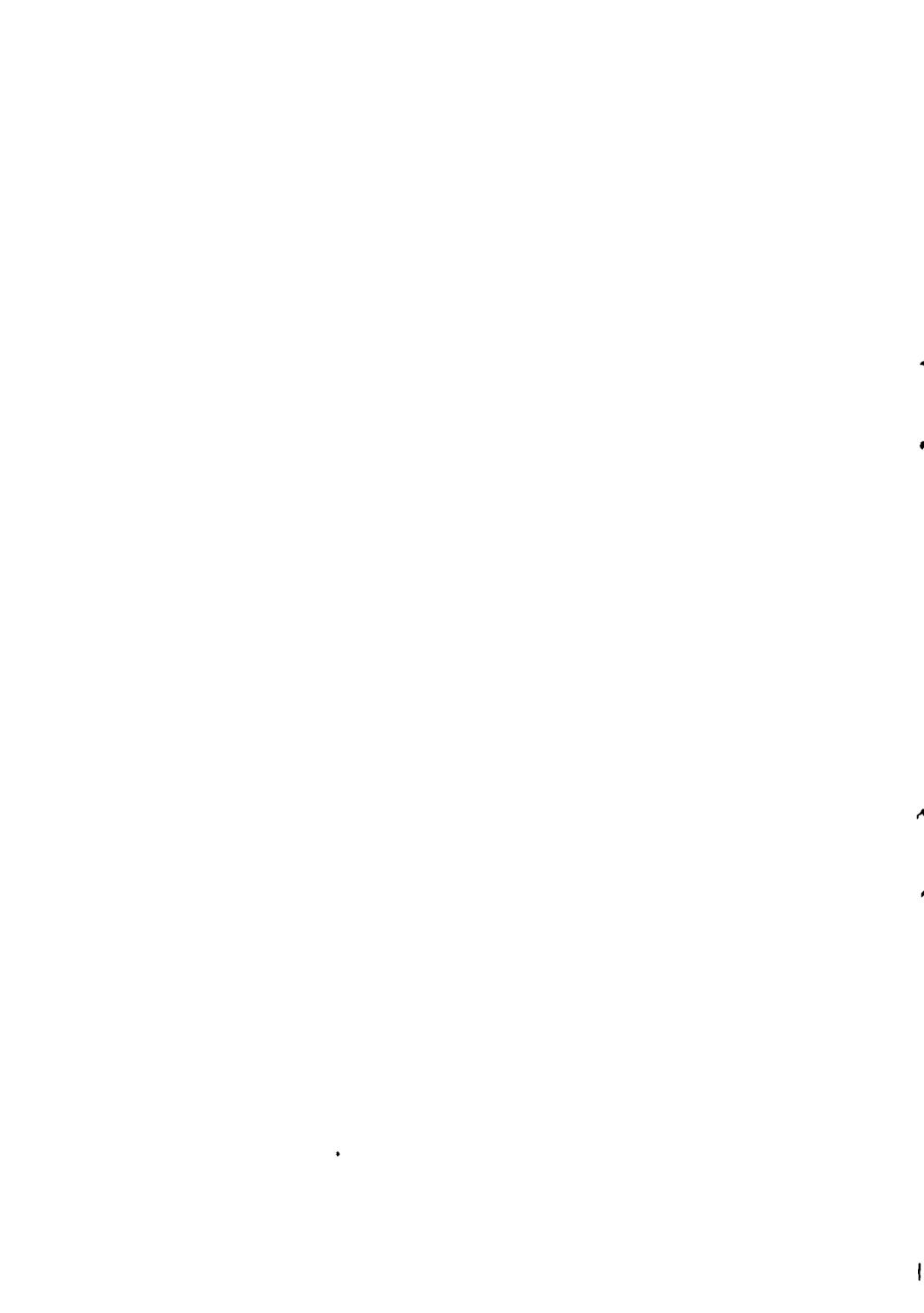
Подписано в печать 09 12 2005 Формат 60×84 1/16.
Бумага офсетная. Печать офсетная.
Усл. печ. л. 1. Зак. 1664. Тир. 100.

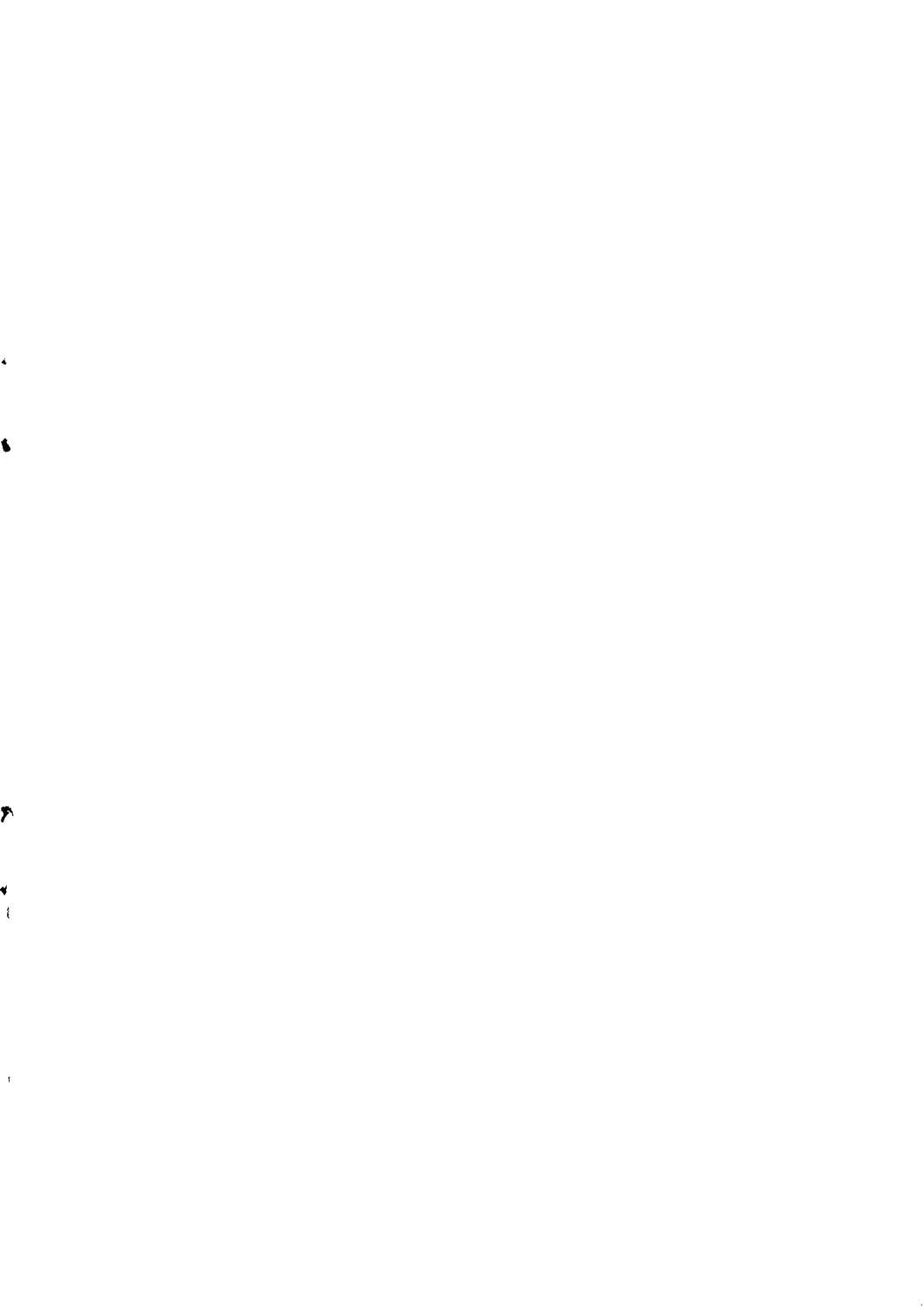
Типография Нижегородского госуниверситета
Лицензия № 18-0099
603000, Н. Новгород, ул. Б. Покровская, 37.

6
7

8
9

10
11
12





№ 26128

РНБ Русский фонд

2006-4

30125