

УДК 001

Попова Татьяна Владимировна

кандидат юридических наук, доцент, помощник
начальника академии (по международному сотрудничеству)
руководитель группы международного сотрудничества,
Академия управления МВД России
milena.555@mail.ru

Ишунин Владимир Андреевич

соискатель кафедры общегуманитарных и естественнонаучных дисциплин,
Ессентукский институт управления, бизнеса и права
milena.555@mail.ru

Скворцов Дмитрий Владиславович

кандидат юридических наук, доцент, докторант,
Невинномысский государственный гуманитарно-технический институт
milena.555@mail.ru

Гребенюк Диана Валерьевна

соискатель кафедры философии и социологии,
Адыгейский государственный университет
milena.555@mail.ru

Тищенко Виктор Александрович

студент,
Российский государственный университет правосудия
milena.555@mail.ru

Tatyana V. Popova

candidate of law, associate Professor, head of the
Department for research of branch management of the
research center of the Academy of management of the
Ministry of internal Affairs of Russia
milena.555@mail.ru

Vladimir A. Ishunin

applicant of the Department of General humanitarian
and natural Sciences, Essentuki Institute of management,
business and law
milena.555@mail.ru

Dmitry V. Skvortsov

candidate of legal Sciences, associate Professor,
PhD student of the Nevinnomyssk state humanitarian and technical Institute
milena.555@mail.ru

Diana V. Grebenyuk

candidate of the Department of philosophy and sociology,
ADYGEI state University
milena.555@mail.ru

Viktor A. Tishchenko

Student,

Russian state University of justice
milena.555@mail.ru

**СМИ как основной субъект «медиакратии»:
взаимоотношения с представителями государственной власти**

**Mass media as the main subject of "mediacracy":
relationships with government officials**

***Аннотация.** Специфика деятельности журналиста диктует ему в обязанности освещать события разных сфер жизни общества. Более узкая направленность в его работе требует совершенно другого профессионального уровня и способности разбираться в нюансах информации. В статье рассматриваются специфические черты журналистики как особой формы власти в государстве. В данном вопросе освещены проблемы и способы построения взаимоотношений СМИ с органами государственной власти и их использование политиками в достижении как собственных, так и общественных целей.*

***Ключевые слова:** СМИ, государственные органы власти, политический процесс, медиакратия, ценности, общество.*

***Resume.** The specifics of the journalist's activities dictates to him the duty to cover the events of different spheres of society. A narrower focus in his work requires a completely different professional level and the ability to understand the nuances of information. The article examines the specific features of journalism as a special form of power in the state. This issue highlights the problems and ways of building relationships between the media and public authorities and their use by politicians in achieving both their own and public goals.*

***Key words:** mass media, state authorities, political process, mediacracy, values, society.*

Специфика деятельности журналиста диктует ему в обязанности освещать события разных сфер жизни общества. Более узкая направленность в его работе требует совершенно другого профессионального уровня и способности разбираться в нюансах информации, чтобы подготовить по-настоящему качественный материал, быть готовым дискутировать и доказывать свою точку зрения. Политика является достаточно популярной темой в журналистике и, как правило, всегда вызывает повышенный интерес публики. В этой области информации между журналистом и представителем государственной власти возникают особые отношения, требующие повышенного внимания как с одной, так и с другой стороны. При этом как властные органы, так и деятель СМИ оказываются вовлечёнными в сложный процесс политической коммуникации.

При работе в указанной выше сфере общественных отношений журналист должен не только профессионально и компетентно разбираться в освещаемом им вопросе, но и быть предельно ответственным. Последнее

качество по отношению к форме общения, сбору и обработке информации, последующему её анализу, редактированию и представлению материала аудитории должно стоять на первом месте перед любым издательством в силу того, какое мощное влияние могут оказывать СМИ на общественное мнение.

Для современного общества характерны многие новые, ещё не изученные процессы, представляющие собой огромный базис для исследования. Среди прочих вопросов интерес вызывает развития, так называемой, «медиакратии» – новой формы осуществления власти, при которой активно используются средства и возможности СМИ в государстве. Простыми словами, данный тип власти можно назвать властью СМИ или через СМИ. Происходит слияние политической и журналистской деятельности в целях осуществления властных решений и влияния на большие группы людей. Медиакратию активно изучают многие учёные, такие как Мельник Г.С., Сидоров В.А., Акопов Г.Л.

Взаимодействие СМИ и отдельных политических лидеров хорошо заметно непосредственно перед выборами во время представления своих программ или агитации населения за того или иного кандидата. Это проявляется в покупке эфирного времени и рекламы, созданию программ или даже отдельных потоков распространения информации, будь того блог в Интернете или канал на телевидении.

Один из самых ярких современных примеров вышесказанному – это ведение «информационных» войн накануне выборов в РФ в 1990-е годы, когда СМИ, ранее находившиеся под жёстким контролем государства, перешли в частное владение и осуществляли пропаганду политических или экономических интересов своего владельца или бизнес-партнёра. Также, действенным инструментом влияния на общество через СМИ является деятельность прессы в Интернете и социальных сетях, что на сегодняшний день активно используется оппозицией. Перечисленные способы взаимодействия политиков, журналистов и населения порождают процесс возникновения и развития новой формы политической коммуникации в медиа-среде.

Основной целью СМИ является завоевание популярности у аудитории и повышение своего влияния на него. Для осуществления этого используются различные эмоционально-наглядные средства, привлекающие внимание зрителя/читателя/слушателя и вызывающие у него интерес к предоставляемому материалу. Среди таких средств можно назвать яркие заголовки, хлёсткие выражения, использование видео и фотографий с места событий, интервью с участниками, свидетелями или именитыми специалистами и т. д. В этом вопросе любому изданию выгодно вступать в «договорные» отношения с политиками, основанные на взаимовыгодных условиях. С одной стороны представитель государственной власти получает время в эфире и внимание публики к проблеме, которую он освещает, уверенность в том, что его слова дойдут до широкой публики и вызовут если не резонанс, то минимум обсуждение. А СМИ получит в своё распоряжение

возможность использования фигуры политика как некой рекламы, заключающейся в том, что именно к их изданию было проявлено доверие, что они обладают эксклюзивным материалом и т. д. Таким образом, прослеживается взаимовыгодное сотрудничество, обеспечивающее популярность и рейтинги, распространение информации и влияние на то, как она будет воспринята в обществе. Как уже было отмечено выше, наибольшая активность подобных договоров прослеживается во время предвыборных компаний, когда политикам необходимы канал распространения своего влияния, а у СМИ появляется возможность повысить свой рейтинг.

В 1996 году отечественный журнал «Четвёртая власть» проанализировал состояние в отношениях СМИ и властных структурных органов с точки зрения изменения моделей их организации. Результатом данного анализа была дискуссия по символически поставленному вопросу «Власть ли пресса?» [1]. Среди прочих вопросов, касающихся способов решения задач, стоящих перед журналистами, реализации поставленных перед изданием целей. Были запечатлены выступления известных журналистов, рассказавших о том, как СМИ используются политическими деятелями в своих целях и сравнили влияние современного им государства на журналистскую деятельность с советским периодом. Резонанс вызвали рассказы о том, как сотрудникам информационного издания оказывали влияние не только «нечистые на руку» политики, но и бизнесмены, находящие способы уволить журналиста, ограничить возможность получения информации, закрыть СМИ. Конечно, на сегодняшний день наше государство уже прошло, хоть и не закончило, длинную дорогу по пути демократизации, одним из основных принципов которой является признание права на свободу слова, мысли и волеизъявления. Однако статья В. Чертанова, выпущенная по итогам завершения дискуссий под громким названием: «Вы власть! «Мужайтесь», остаётся актуальной до сих пор.

Главным достижением описанной дискуссии, по нашему мнению, является формулировка сложной проблемы, интерес к которой не угас до сих пор: являются ли СМИ представителями властной структуры или же они орудие в осуществлении полномочий правительства, оппозиции или других властных структур государства?

На этот вопрос легче ответить, если говорить об организациях в сфере журналистики, созданных с целью освещать именно политические события. Зачастую такие издательства являются проправительственными и служат инструментом пропаганды; или же выступают в качестве оппозиционных или представляют интересы какой-либо партии или политического движения. Данные СМИ открыто заявляют о своей позиции и каждое событие рассматривают с её точки зрения. Аудитория соответственно воспринимает их тенденции и формирует своё отношение, заранее зная, какую окраску придают журналисты публикуемым материалам. Многие СМИ подают себя как независимые структуры и настаивают на объективности собственной

деятельности. В связи с этим, необходимо рассмотреть проблему сохранения информационной независимости СМИ и их политической нейтральности.

Важным моментом здесь, по нашему мнению, является уточнение, что на сегодняшний день медиа-сфера развитых демократических стран уже не так активно подвергается методам прямого воздействия, благодаря государственному регулированию защиты конкуренции, свободы слова, отсутствию жёсткой цензуры и вполне доступных для анализа информационных потоков. Но это не означает, что журналисты не подвергаются скрытому влиянию, которое может быть настолько латентно, что сами СМИ не вполне осознают его наличие. Данные приёмы не осознаются аудиторией, а с точки зрения закона не происходит нарушение юридических норм или профессиональной этики журналиста, не искажаются реальные факты.

Говоря о приёмах воздействия на журналиста, необходимо указать на то, через что оно может осуществляться. В силу специфики политической прессы таким инструментом выступает текст. Как отмечал А.Г. Алтунян: «Политический текст, понимаемый как сообщение о событиях сферы политики, выступление политика, политолога или журналиста по политической теме, может повлиять на политическую обстановку» [2]. Поэтому влияние на СМИ и является таким желанным инструментом влияния, как для официальных государственных структур, так и для оппозиции. В данном случае, контроль за потоками распространения политических текстов и сама возможность их передачи является одним из приёмов скрытого воздействия на журналистов.

Также, распространено мнение о том, что профессиональные ценности журналистики, вырабатываемые годами её развития и становления как особенного вида профессиональной деятельности, могут стать инструментом воздействия на прессу. Г.В. Кручевская в одной из своих работ выделила следующие журналистские ценности:

1) предоставление аудитории социально важной или социально интересной информации;

2) создание адекватной картины мира;

3) строгую документальность сообщений; стремление к объективности сообщения путем представления различных точек зрения, существующих в обществе по важным социальным вопросам;

4) рассмотрение событий и явлений с гуманистических позиций - т. е. через призму интересов личности;

5) создание информационного продукта, полезного для аудитории [3].

Основная обязанность СМИ – удовлетворять потребность общества в актуальной и, что немало важно, социально значимой информации о политической жизни общества, решениях, принимаемых представителями государственных органов, процессах, событиях, которые могут оказать существенное влияние на реальную или будущую жизнь не только государства, но и самого общества и человека. Но представители медиа-сферы не являются профессиональными политиками и не ведут подробную

документацию всех происходящих на политической арене страны событий. Они подаются публике избирательно, исходя из того, какой материал привлечёт больше внимания и позволит завоевать интерес большей аудитории.

В этом вопросе многие государственные деятели используют влияние СМИ на общество и преподносят полезные себе сведения в качестве материала для освещения на телевидении/в газете/ в блоге и т. д. СМИ во многом опираются на сообщения официальных источников, формируя свои выпуски и тем самым создавая в обществе определённое настроение. В связи с этим, нередко происходит замалчивание невыгодных для властей событий или наоборот, большее внимание уделяется действительно важным для общества вопросам.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что мы не можем назвать СМИ отдельной «четвёртой властью». Всё же в силу специфики данной деятельности журналисты вынуждены оказываться под воздействием не столько желаний политиков, а сколько ожиданий своей аудитории. При этом важно отметить, что в современном мире пресса действительно становится незаменимым инструментом влияния государства на общество, что делает её ценным сотрудником государственных органов власти. При этом можно констатировать, что взаимодействие данных институтов общества приводит к развитию новой формы власти – медиакратии.

Литература:

1. «Четвертая власть». - 1996. - № 4.
2. Алтунян А. Г. Анализ политических текстов. - М., 2006. - С. 11-12.
3. Кручевская Г. В. Профессиональные ценности журналистики в сфере политической коммуникации // Журналистский ежегодник. - 2014. - № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/professionalnye-tsennosti-zhurnalistiki-v-sfere-politicheskoy-kommunikatsii> (дата обращения: 25.08.2020).
4. Третьякова О. В. Метаморфозы региональной политической журналистики: верификация проблемы // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. - 2015. - № 18 (215). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metamorfozy-regionalnoy-politicheskoy-zhurnalistiki-verifikatsiya-problemy> (дата обращения: 25.08.2020).
5. Шкондин Михаил Васильевич Миссия журналистики: системные аспекты // Вопросы теории и практики журналистики. - 2013. - № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/missiya-zhurnalistiki-sistemnye-aspekty> (дата обращения: 25.08.2020).

Literature:

1. "The fourth estate" issue. - No 4. - 1996.
2. Altunyan A. G. Analysis of political texts. - M., 2006. - S. 11-12.
3. Kruchevskaya G. V. Professional values of journalism in the field of political communication // Journalist Yearbook. - 2014. - No. 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/professionalnye-tsennosti-zhurnalistiki-v-sfere-politicheskoy-kommunikatsii> (date accessed: 25.08.2020).

4. Tretyakova O. V. *Metamorphoses of regional political journalism: verification of the problem* // *Scientific Bulletin of BelSU. Series: Humanities.* - 2015. - No. 18 (215). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metamorfozy-regionalnoy-politicheskoy-zhurnalistiki-verifikatsiya-problemy> (date accessed: 25.08.2020).

5. Shkondin M. V. *Mission of journalism: systemic aspects* // *Questions of theory and practice of journalism.* - 2013. - No. 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/missiya-zhurnalistiki-sistemnye-aspekty> (date accessed: 25.08.2020).