

УДК 654.1: 32.019.51

ТЕЛЕВИДЕНИЕ И СОВРЕМЕННЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ РЕАЛИИ

А.Р. Сатылканова

Определены роль телевидения в жизни общества, связи с современными политическими процессами, влияние телевидения на многие аспекты повседневности, в частности, на формирование политических предпочтений и представлений граждан.

Ключевые слова: средства массовой информации; телевидение; пиар-коммуникации; социально-политическая жизнь общества.

TELEVISION AND MODERN POLITICAL REALITIES

A.R. Satylkanova

It is devoted to the role of television in society, due to the current political process, the influence of television on many aspects of everyday life, in particular, on the formation of political preferences and perceptions of citizens.

Key words: media; TV; PR communication; social and political life of society.

В современном глобализирующемся мире роль средств массовой информации (СМИ) в социально-политической жизни общества и государства неизмеримо возрастает – происходит их ускоренное развитие и повышение действенности во всех сферах жизни.

Активное использование информационно-коммуникационных технологий сегодня служит качественному росту эффективности государственного строительства, местного самоуправления и дальнейшему продвижению демократических процессов. Широкое использование информационных технологий ведет к качественному преобразованию социума на основе принципов информационного общества. Этому способствует обеспечение прав граждан на свободный поиск и получение информации, массовое распространение технических средств, расширяющих возможности участия населения во власти.

В ряде СМИ особое место занимает телевидение. Практически в каждой современной семье есть телевизор, именно поэтому основным источником информации является телевидение. Когда что-либо происходит в одной части мира, в режиме реального времени это наблюдают в другой ее части.

Влияние телевидения на многие аспекты повседневности, в частности, на формирование политических предпочтений и представлений, определяется во многом тем, что оно представляет собой часть домашней обстановки. Наиболее сильный

эффект телевидения, кроме его собственной содержательной стороны, – это его абсолютная доступность, определяющая его присутствие почти в каждом доме. Телевидение способно передавать имиджи и точки зрения непосредственно миллионам умов, затрудняя для людей отделение реального от нереального, умиротворяя и мобилизуя их, фрагментируя их восприятие, притупляя их воображение и критические суждения, укорачивая промежутки внимательного и точного восприятия. [1, с. 120.]

Телевизионный репортаж, создавая у зрителей “эффект присутствия”, собирает у экрана максимальное количество людей. Благодаря трансляции и репортажу зрители, находясь дома, получают возможность стать участниками политических событий, спортивных состязаний, театральных спектаклей, наблюдать полет космического корабля и т. д. В телепередачах находят отражение практически все формы освоения человеком действительности – политика, идеология, наука, искусство, мораль и др.

Подобно другим СМИ телевидение выполняет в современном обществе множество разнообразных функций: выступает в качестве инструмента пропаганды, социального контроля и регулирования, организации людей; помогает распространять культурные ценности, различные знания по экономике, юриспруденции, освещать различные взгляды и мнения в период преобразования страны и другую информацию; содействует отдыху,

эмоциональной разрядке. Соотношение перечисленных ролей определяется социальной системой, интересы которой обслуживает телевидение.

Телевидение, как и все СМИ, входит также в рыночную систему, преследуя коммерческие интересы и рассматривая информацию как товар. Кроме того, телевидение наряду с другими средствами массовой информации выполняет функции просвещения и социализации общества. Телевидение выступает в качестве одного из основных социализирующих институтов, в качестве наиболее доступного и наиболее влиятельного механизма формирования личности.

В новом информационном пространстве гражданское общество вступает в непривычные для себя контакты, формируя новый стиль общения с властью. И сама власть с ее политическими структурами и институтами государства испытывает потребности в новых технологиях управления [2, с. 73–77]. Все государственные органы, политические системы осваивают новые технологии “пиар-коммуникаций”, политическую рекламу и другие востребованные временем методы взаимодействия с гражданским обществом для поддержания контактов и связей с партнерами и оппонентами. Политические партии как традиционные носители политического влияния в современном обществе постепенно уступают место СМИ, формирующим национальное и международное информационное пространство. Как подчеркивает в своем исследовании Б.О. Исабаев, “этот объективный процесс постепенно трансформируется во властные структуры и начинает доминировать в области распределения общественных благ и природных ресурсов. Примером этому служат все развитые страны” [3, с. 5].

Коммуникационное содержание политических процессов можно рассматривать как сферу современной политики, как область общественных отношений, в которой реально осуществляется масштабный диалог властных и гражданских структур, в основе которого лежит особый механизм возникновения и распределения власти. Американский ученый К. Дойч считает, что информационные потоки позволяют политическим субъектам выполнять разнообразные роли и функции по распределению ресурсов и полномочий государственной власти. Эффективность деятельности властных институтов К. Дойч ставит в зависимость от их способности к упорядочению информации и налаживанию осмысленных контактов между субъектами политических отношений [4].

От уровня профессионализма в управлении пиар-технологиями, средствами политической рекламы и другими современными методами организации массовых кампаний в решающей степе-

ни зависит положение в сфере политики государственных и иных структур, которые могут либо повысить, либо утратить свою конкурентоспособность в борьбе за власть. Важнейшим механизмом эффективной реализации политических задач в информационном пространстве являются СМИ. Прежде всего, это относится к электронным масс-медиа и телевидению, которые сегодня служат наиболее действенными инструментами в реализации целей и задач политических дискурсов и избирательных кампаний.

Телевидение как важнейшая часть СМИ представляет собой элемент системы представительства интересов граждан и в то же время объект внимания политических элит и официальных институтов. Как отметил Б.О. Исабаев, вследствие своей широкой открытости населению и оперативности в формулировании оценок и позиций телевидение превратилось в необычайно эффективного посредника в отношениях личности, общества и власти, который может существенно влиять на политическую игру и даже модифицировать ее правила, формировать новые отношения на политическом поле государства [3, с. 8].

Кроме того, телевидение является важным элементом структуры управления обществом, так как с его помощью государство и другие политические субъекты могут как информировать население о целях и ценностях своей политики, так и формировать отношения с общественностью в сфере формирования представительных органов власти, состава правящих элит, поддержания авторитета соответствующих политиков, традиций, стереотипов. Телевидение в политике играет главную роль не из-за конкретного содержания, а потому, что нельзя заниматься политикой, не имея доступа к телевидению.

Таким образом, телевидение, как и другие средства массовой информации и передовые информационные технологии, способствует динамичному преобразованию облика современного мира. Телевидение, будучи одним из рычагов преобразования экономики и культуры, может содействовать качественному изменению форм организации власти и самого политического пространства.

Телевидение является не просто фактором распространения и обмена информацией, но также формой организации массовых информационно-коммуникативных процессов, что придает соответствующий характер протекающим в обществе политическим процессам. Телевидение все больше становится одним из создателей политических реальностей, из технически связующего средства обеспечения контактов государства и общества телевидение превращается в суть и смысл полити-

ки. Телевидение играет огромную роль в формировании общественного мнения об органах власти. В сложившихся обстоятельствах власть пытается всеми силами взять под свой контроль СМИ и в том числе телевидение, подчинить его своим целям.

В советское время телевидение рассматривалось в нашей стране как главное средство информационно-пропагандистского воздействия и политического влияния на общество, партийные и государственные органы советского Кыргызстана полностью контролировали деятельность всех средств массовой информации, в том числе и телевидение [5, с. 45].

Общепризнано, что от взаимодействия государственной власти и СМИ во многом зависят темпы развития гражданского общества и политической системы в целом. Конфликтная острота политических процессов в современном Кыргызстане в значительной мере актуализировала проблему взаимодействия государственной власти и средств массовой информации, в частности телевидения. Эксперты отмечают, что за годы независимости кардинальные перемены в политике Кыргызстана привели к радикальной трансформации СМИ в политический инструмент властных взаимодействий [3, с. 59].

Специфика развития Кыргызстана при отсутствии опыта существования в условиях демократии и в условиях переходного периода постсоветского государства привела к тому, что средства массовой коммуникации страны стали служить реализации интересов определенных политических, финансовых, олигархических и других групп.

Особенностью СМИ в Кыргызстане стало то, что основными субъектами институциональных изменений выступали государство и политическая элита. До событий 2010 г. в Кыргызстане в условиях авторитаризма роль телевидения, как и всех средств массовой информации, сводилась главным образом к агитации и пропаганде принятых руководством страны решений. При этом всеми способами оправдывались непопулярные реформы государственной власти. В свою очередь, государство, пытаясь ограничить возможности оппозиции и обеспечить себе политические преимущества, нередко использовало запретительную практику и даже информационные “репрессии” по отношению к отдельным изданиям, телеканалам и радиостанциям. В 2008 г. в связи с ухудшением медиаситуации в стране многие медиа и правозащитные организации объединили усилия для улучшения положения СМИ в Кыргызстане, предотвращения попыток ущемления свободы слова и выражения мнений, обеспечения безопасности работы жур-

налистов, увеличения доступа населения к общественно значимой информации.

После революции 2010 г. и введения в стране парламентской системы правления сложились новые условия взаимодействия СМИ и государственной власти. Многие эксперты отмечают, что “после 7 апреля 2010 г. большинство СМИ Кыргызстана взяли курс на полную независимость от мнения властей. С тех пор в телеэфире, в газетах и виртуальном медийном пространстве, можно узнать абсолютно все, в том числе о деятельности Президента, Парламента и Правительства, причем чаще всего с независимой точки зрения... Теперь жители республики имеют возможность из прессы узнать то, что действительно происходит в стране, а не то, что разрешили подать прессе в Администрации Президента или Аппарате Правительства” [3, с. 87].

Одним из актуальных вопросов, связанных с современной деятельностью СМИ и телевидения Кыргызстана в том числе, является защита неполитизированной части общества от государственной идеологии, от различного рода партийной пропаганды, от влияния масс-медиа, выражающих интересы финансовых и иных монополистов. Это могут сделать лишь нейтральные телеканалы, не имеющие политических “хозяев”, не находящиеся в экономической зависимости от государственного бюджета или финансово-промышленных структур и на этой основе способные удовлетворять информационные потребности общества в целом. В кыргызстанском обществе пришло понимание необходимости создания независимых прессы, телевидения и радио [6, с. 25].

Литература

1. Шадыманова Ж.Ж. Роль СМИ в процессе социальных изменений Кыргызстана / Ж.Ж. Шадыманова. Бишкек, 2008.
2. Козубеков Ш.Э. Средства массовой информации и политический процесс / Ш.Э. Козубеков // Пути повышения качества образования на современном этапе. Бишкек, 2007.
3. Исабаев Б.О. СМИ Кыргызстана в политико-коммуникационной системе страны / Б.О. Исабаев. Бишкек, 2010.
4. Дойч К. Нервы управления: модели политической коммуникации и контроля / К. Дойч. Нью-Йорк, 1963.
5. Чернов Ф.М. История развития телерадиовещания в Кыргызстане (1928–2000 гг.) / Ф.М. Чернов. Бишкек, 2009.
6. Каракулова Э. Потенциал общественного вещания / Э. Каракулова // Слово Кыргызстана. 2011. 8 июля.