

ТЕЛЕВИДЕНИЕ КЫРГЫЗСТАНА КАК ЭЛЕМЕНТ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ОБЩЕСТВА

© 2007 М.М. Мырзагулов

Санкт-Петербургский государственный университет

Телевидение – важное средство идейно-политического, нравственного и эстетического воспитания людей. Как свидетельствует история, на экспериментальном этапе развития основной чертой телевидения являлась относительная идеологическая автономность по сравнению с радио и прессой. Вследствие своего немассового, островного на первом этапе характера телевидение не было включено в четко налаженную систему пропаганды и не испытывало соответствующего идеологического прессинга [1, 17]. Вначале задуманное и воспринимавшееся как техническая новинка, способное вещать на расстоянии, телевидение активно сотрудничало со зрелищными видами искусства и поступательно развивалось во всех направлениях. Эволюция телевидения включила его в число средств управления государством и воздействия на массовое сознание¹, обеспечила ему увеличение количества зрительской аудитории.

Если на заре своего возникновения журналистика служила преимущественно информационно-познавательным целям, то по мере расширения аудитории она приобретает ярко выраженный пропагандистский характер и формирование общественного мнения становится главным ее назначением. В задачу советского телевидения входило повышение его роли в идеологической работе; централизация вещания в масштабах страны; координация деятельности центральных и местных телесубъектов; улучшение подготовки кадров для телевидения и осуществление единой

технической политики в области телевидения” [3, 10]. Но все же в эпоху СССР одной из первых задач телевидения являлась задача идеологически-пропагандистская: телевидение выступало как “действенный инструмент идеологической партии и важнейший инструмент социалистической демократии” [2, 108].

Централизация советского телевизионного пространства и четкое вертикальное управление надолго определили подчиненную роль региональных телестудий, куда относилось и киргизское телевидение. Такая структура прекратила свое существование после ликвидации Гостелерадио СССР, занимавшегося управлением и организацией вещания в центре и на местах. Но технология централизованного и вертикального управления сферой медиа на территории Киргизии продолжала использоваться и после прекращения советской государственности. Эволюция телевидения свидетельствует, что за небольшой срок своей деятельности оно смогло превратиться в могучий фактор, влияющий на все сферы социально-экономической и общественно-политической жизни. Кроме того, эстетическая и социально-психологическая природа аудиовизуальной информации в соединении с суперсовременной технологией ее распространения выдвигают телевидение в ряд наиболее изощренных, всепроникающих каналов политической пропаганды, обладающих эффектом, в ряде случаев недоступных традиционным средствам массовой информации и наглядной агитации [4, 137].

Со времени краха однопартийной системы и тоталитарной идеологии могучего государства (СССР) прошел не один год. Конец советской государственности внес в политическую систему экс-союзных республик процедуру демократических выборов. Выход из строя системы СССР обеспечил средствам массовой информации постсоветского пространства возможность влияния на избирательный процесс, когда от них могло зависеть, кто будет править страной. Использование

¹ Осознав силу и возможности телевидения в деле планомерной, целенаправленной, систематической и масштабной идеологической обработки сознания населения, Президиум Верховного Совета СССР своим Указом от 12 июля 1970 г. преобразовал Комитет по радиовещанию и телевидению при Совете Министров СССР в союзно-республиканский Государственный комитет по телевидению и радиовещанию.

руководителями стран СМИ в политической карьере постепенно представляется инструментом необходимым. Например, в Кыргызстане А. Акаев активно использовал киргизские СМИ в своей политической карьере, без помощи которых не смог бы исполнять функции президентства почти 15 лет (1991–2005 гг.). В России Б. Ельцин активно использовал медиа в противовес партийным и советским институтам. При мощной поддержке массмедиа он в 1993 г. выиграл референдум о доверии президенту.

С приходом новых правителей государства средства массовой информации переживают процесс трансформации, изменяя свои политические позиции. Например, в 90-е годы в российском медиaprостранстве это ярко проявлялось в реорганизации телеканалов ТВ6 и НТВ, а на электронном рынке Кыргызской Республики – в реорганизации негосударственных телерадиокомпаний: ТРК ВОССТ (Восточная страна), ТК Независимое Бишкекское Телевидение – ТВ6, ТРК КООРТ (Кыргызское общественно-образовательное радио телевидение), ТРК НТС (Независимая Телевизионная Сеть), ТРК “Пирамида”. Последние три электронных СМИ претерпели этап модификации во время президентства К. Бакиева, а два телесубъекта – в период правления А. Акаева.

В современной общественно-политической жизни роль телевидения возрастает. Активно участвуя в демократических выборах (начиная с 1990-х годов), СМИ становятся средой политической коммуникации. Информационные и аналитические программы телевидения становятся ареной политических баталий. В результате СМИ и политика переплетаются, формируя медиа-политическую систему. Совместное существование в советскую эпоху выявило схожие тенденции происходящих политических процессов в постсоветских странах. В отсутствие устойчивых политических институтов в 1990-е годы политизированные медиахолдинги обеспечивали информационную поддержку и связь с электоратом, мобилизацию ресурсов и лоббирование тех или иных решений, тем самым способствуя формированию медиа-политической системы [5,30]

В структуре государственного устройства телевидение функционирует как неотъемлемый институт общества, представляя приверженность к властному институту (медиа-политической системе), координирует разноплановые процессы, проходящие в дифференцированном обществе. В медиа-политической системе телевидению отведена мобилизационная функция: для выполнения поставленной задачи оно использует свои символические средства убеждения людей. Ведь не секрет, что представителям власти внедрять

политическую концепцию и платформы для неподготовленной аудитории очень сложно. Поэтому в демократических процессах власть имущими максимально используется так называемый административный ресурс и возможности представителей четвертой ветви власти – СМИ. При правлении А. Акаева практически все передовые телеканалы Кыргызстана были подконтрольны официальной власти и всегда сопровождали президента в рабочих поездках по стране и за рубежом, тем самым обеспечивая систематичную и положительную оценку деятельности и проводимой политике главы государства, а также исключая наличие оппозиционных СМИ. Продолжительность такой ситуации создавала в медиaprостранстве страны псевдособытия, где затмевались истинные социальные проблемы общества и критические мысли. Например, в бытность А. Акаева международными СМИ был продемонстрирован шокирующий фрагмент о больных и голодающих детях-инвалидах одного из интернатов в городе Кара Балта, тогда как республиканские электронные СМИ не позволяли себе показ подобной проблемы. После показа весь мир узнал о том, как решаются социальные вопросы в республике.

Обусловленность тенденции того, что общественно-политические изменения в том или ином государственно-территориальном субъекте напрямую касаются эволюции СМИ, наблюдалось практически во всех странах постсоветского пространства. Особенно в тех, где происходила смена власти в результате “цветных революций” (Грузия, Украина, Кыргызстан) в начале нового тысячелетия. Так, например, геополитическая модификация подвергла изменению информационную систему Кыргызстана, структуру которой составляет несколько групп. Первая группа – подконтрольные государству или политизированному капиталу республиканские электронные (и печатные) СМИ. Политизированные капиталы или политизированные инвестиции на постсоветском медиaprостранстве активизировались в 90-е годы XX в., чему немало способствовали выборы 1999–2000 гг. и неразвитость кредитного рынка [5, 107]. К ним можно отнести национальный канал киргизского телевидения – НТРК (Национальная Телерадиовещательная Корпорация) со своими филиалами, имеющий возможность покрывать эфиром большую часть территории страны.

Вторая группа – столичные телерадиокомпании негосударственной формы собственности или коммерческие электронные СМИ, имеющие выход в регионы, но не являющиеся общереспубликанскими из-за несостоятельности полного охвата аудитории. Такие телесубъекты

популярны во время политических кампаний, коими являются выборы в парламент или главы государства.

Третью группу составляют областные или региональные электронные СМИ Кыргызстана, представляющие собой коммерческие (негосударственные) и подчиненные к местным администрациям каналы. У киргизского политизированного капитала провинциальные медиа не вызывают особого интереса, что обусловлено тяжелой экономической ситуацией в регионах. В результате в областях отсутствуют крупные региональные медиакомпании. А рыночный сегмент региональных СМИ Кыргызстана на общереспубликанском медиaprостранстве мало заметен.

Четвертую группу киргизской информационной системы может составить глобальная коммуникационная среда – Интернет. Благодаря своим возможностям Интернет для медиа-политической системы представляет огромный выбор коммуникационных каналов: например, та или иная информация в Интернет-изданиях, заинтересовавшая публику, может несколько раз тиражироваться коммерческими или политизированными медиа. Постепенное развитие сети Интернет, обосновавшейся в Кыргызстане в 90-х годах XX в., наблюдается с начала нового тысячелетия, где заметны электронные адреса Интернет-изданий с информационно-аналитическими материалами киргизских журналистов. Например, с мая 2006 г. в Кыргызстане появилась блоггинг-журналистика. Веблог или блог (от англ. weblog – сетевой журнал, дневник). Интернет-источник, где можно найти не только информацию, не подверженную цензуре, но и специфический анализ и субъективный комментарий журналиста к общественно-политическим событиям республики. Содержание киргизского веблога представляет одну из форм авторского проекта, где чаще присутствует его собственное мнение, его эмоции и взгляды на происходящее. В Кыргызстане функционирует блог о Центральной Азии – ru.kyrgyzstan.neweurasia.net, блог о Кыргызской Республике – <http://kyrgyzstan.neweurasia.net>.

В информационную систему Кыргызстана входят также иностранные электронные СМИ; наиболее заметные – радио “Азаттык” (“Свобода”), киргизская служба БиБиСи, радио “Немецкая волна” (“Deutsche Weele”). Как и в России, они на территории Кыргызстана способствовали внедрению фактологического подхода в журналистике и служили проводником глобальной медиакультуры.

История XX в. свидетельствует, что в этот временной отрезок появились новые черты в характере политического процесса. В гражданском

обществе формируются сети политических институтов и отношений, которые затем становятся политическими элементами общества: партии, общественные организации, группы давления и др. Но основным стержнем и ядром института политической системы общества было государство: организация общества, необходимая как условие, предпосылка решения общих дел. СМИ в государстве выступает как элемент политической системы, способствующий управлению и регулированию общественно-политической жизни страны. Имея способность влияния на общественное мнение, средства массовой информации стимулируют его активность по общественно значимым вопросам политического развития. Кроме того, СМИ в состоянии спровоцировать массовый протест, политический скандал, кризис в отношениях власти и общества, но также и предотвратить развитие конфликта, сделав, например, определенную информацию доступной для общества. С такими отличительными свойствами советские СМИ в эпоху СССР функционировали в качестве элемента структуры управления обществом, они больше зависели от власти и идеологии партии, чем от общества. Государственные органы через СМИ в целом и через телевидение в частности, влияли на общественное мнение, направляя его в нужном направлении. Таким образом, СМИ представляли собой элемент, встроенный в структуру; мощный инструмент целенаправленного конструирования политического порядка; средство выстраивания необходимых власти связей и отношений с общественностью.

Структура киргизской медиа-политической системы состоит из общенациональных групп СМИ и областных информационных систем. В Кыргызстане в последнее десятилетие XX в. существовало три влиятельных медиа, обладавших способностью проводить самостоятельную информационную политику. Это государственный канал Национальная Телерадиовещательная Корпорация; массмедиа, контролировавшиеся представителями семьи экс-президента А. Акаева (ТРК КООРТ, газета “Вечерний Бишкек”, ТК НБТ), а также СМИ предпринимателя А. Бийназарова и его соратников (Телерадиокомпания “Пирамида”, газета “Пирамида плюс”). Политизация этих медиа проявлялась в соответствии с тем, как поддерживавшиеся ими силы позиционировали себя в политическом поле, какие интересы они преследовали. Соответственно менялась и информационная политика подконтрольных им СМИ. Данный факт дает возможность констатировать, что в Кыргызстане наблюдается феномен “медиатизации политики”, или влияния СМИ на политические процессы, начало

которого приходится на 90-е годы прошлого века. В этот период телевидение, составляющее основную часть медиасистемы, выступает организатором подготовки массовой аудитории для внедрения и поддержания дискуссии о концепциях и политических платформах политиков. Кроме того, оно используется в урегулировании межнациональных конфликтов и других внутрисударственных общественных противоречий в условиях политической борьбы.

Появление и развитие глобальной информационно-коммуникационной системы – Интернета – постепенно втягивает киргизские медиа в формирующееся единое мировое виртуальное пространство, объединяя граждан не одного общества и страны. В этих условиях телевидение в целом, которое представляет одну из традиционных медиа, стараясь адаптироваться, трансформирует структуру и систему функционирования, не утрачивая при этом своего места и значения в быстро меняющемся мире [6, 10]. Особенно это заметно в эволюции телевидения постсоветских стран, а именно телевидении Кыргызстана, которое, как и союзные республики СССР, начало существование с эпохи советской системы телевидения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агапитова С. Ю. Информационное телевидение на ТВ: Эволюция и современное состояние (на материале телевидения Ленинграда – Санкт-Петербурга) / С. Ю. Агапитова. – СПб., 2003. – 172 с.
2. Актуальные вопросы идеологической массово-политической работы партии: Пост. Пленума ЦК КПСС. 14-15 июня 1983г. // КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. – С. 108.
3. Егоров В. В. Телевидение между прошлым и будущим / В. В. Егоров. – М.: Воскресенье, 1999. – 416 с.
4. Дугин Е. Я. Информационно-публицистические передачи телевидения и пути повышения их эффективности / Е. Я. Дугин. – М.: МГУ, 1986. – 209 с.
5. Засурский И. И. Реконструкция России: Масс-медиа и политика в 90-е годы / И. И. Засурский. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – 288 с.
6. Засурский Я. Н. Информационное общество и средства массовой информации // Информационное общество. – 1999. -№ 1.

Рецензент – Г. Н. Беспмятнова.

Статья принята к печати 12.12.2006.