

МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СМИ И ВЛАСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ

А. С. Маслов

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 5 декабря 2019 г.

Аннотация: *в условиях информационного общества проблема организации эффективного взаимодействия средств массовой информации и власти становится одной из ключевых в управлении социальными процессами. В статье показано, что региональные медиамодели в условиях современной России формируются на основе ряда параметров. Изучение значимости этих параметров и их систематизация позволяет разработать оптимальные модели взаимодействия власти и СМИ.*

Ключевые слова: *средства массовой информации, инфосфера, модель взаимодействия, медиакommunikation.*

Abstract: *in the conditions of the information society, the problem of organizing effective interaction between the media and the authorities becomes one of the key issues in the management of social processes. The article shows that regional media models in modern Russia are formed on the basis of a number of parameters. The study of the significance of these parameters and their systematization allows us to develop optimal models of interaction between the government and the media.*

Keywords: *mass-media, InfoSphere, interaction model, media communication.*

Два столетия назад Натан Майер Ротшильд изрек ставшую крылатой фразу о том, что тот, кто владеет информацией, владеет миром. Однако одной из главных ценностей информация все же стала позже, недаром современное общество характеризуется как информационное. В его недрах зародилась инфосфера, которая, трактуемая как философская категория, обозначает информационную сферу человеческого общества, включающую в том числе и медиасферу [1]. Медиакommunikation в рамках инфосферы представляют собой процесс целенаправленного создания, трансляции и обмена информацией [2]. Их место в управлении социумом стало предметом пристального изучения научным сообществом начиная с середины XX в.

В условиях информационного общества СМИ становятся полноценными игроками на рынке информации, логика действий которых подчинена эффективности функционирования. Следовательно, важно определить, что понимается различными субъектами процесса коммуникации (в том числе самими СМИ и властью) под такой эффективностью. Это позволит выработать оптимальную модель (или модели) взаимодействия. Выстраивание такого взаимодействия важно для власти, так как СМИ, по сути, стали посредниками между действительностью и когнитивными установками аудитории [3, 56]. Одновременно СМИ являются «информационным полем, в котором создается

образ власти» [4], а «любая социальная система функционирует нормально, если ее взаимосвязи, в том числе и коммуникационные, с внутренней и с внешней средой осуществляются системно и удовлетворяют требования внутренних и внешних групп» [5, 26]. Таким образом, эффективная модель взаимодействия важна и для СМИ, и для власти как инструмент снижения социальной конфликтности.

Вопрос взаимоотношений власти и СМИ уже многие годы входит в сферу научных интересов российских ученых. Так, проблемам государственного регулирования информационного пространства посвящены работы, например, И. М. Дзялошинского, В. Д. Попова, С. В. Коновченко, Ю. А. Нисневича. Место журналистики в современном российском обществе и принципы ее взаимодействия с властью проанализированы Я. Н. Засурским, В. М. Гороховым, А. А. Грабельниковым, Ю. П. Буданцевым, Л. М. Земляновой, Е. П. Тавокиным, Р. П. Овсепяном и др. С конца XX в. стали предметно изучаться различные аспекты этого взаимодействия, и интерес к этим исследованиям не снижается.

Несмотря на серьезную научную проработанность проблемы на сегодняшний момент, по оценкам экспертов, используются не все возможности для повышения эффективности взаимодействия власти и СМИ. Требуется анализа конкретная практика применения механизмов этого взаимодействия. Тем более что для СМИ и власти как участников коммуникативного процесса характерна разнонаправленность деятельности и наличие

собственных интересов, в результате чего это взаимодействие нередко принимает противоречивый характер [6].

В основе взаимодействия власти и СМИ в настоящее время лежит отношение к последним как к инструменту эксплуатации и манипулирования массовыми коммуникативными процессами. Используя СМИ, власть может создавать актуальный дискурс (так называемую повестку дня), благодаря чему «определяется круг вопросов, которые затем становятся предметом обсуждения и по которым в результате принимаются политические решения» [7]. Таким образом, необходимая власти информация транслируется через СМИ, инициируется ее обсуждение, формируется проблема, после чего власть приступает к ее решению [8, 167].

Мы полагаем, что региональные медиамодели в условиях современной России могут быть сформированы с учетом нескольких значимых параметров (рис. 1). Описанная система критериев позволяет нам определить пути повышения

эффективности взаимодействия власти и СМИ.

Важным критерием для оценки эффективности взаимодействия власти и СМИ является независимость последних [9, 13]. В связи с этим показательны результаты исследования, проведенного в Курской области [10, 169], выявившие, что сами представители региональной власти крайне низко оценивают уровень независимости как федеральных, так и местных СМИ: только 6% считают их совершенно независимыми, тогда как 80% указали на наличие зависимости в той или иной степени. Каждый второй (54%) респондент был уверен, что СМИ выражают интересы власти.

Результаты проведенного нами на примере Воронежской области исследования¹ позволяют сделать следующие выводы в отношении ряда указанных выше параметров. См. рис. 1.

Уровень информационной открытости федеральной и региональной власти население оценивает не очень высоко (табл. 1).

Таблица 1.

Оценка населением уровня информационной открытости власти (в процентном отношении к опрошенным)

	Уровень информационной открытости		
	высокий	средний	низкий
Федеральная власть	18,7	46,6	34,7
Региональная власть	15,3	38,7	46,0

При этом почти две трети (60,7%) опрошенных характеризует уровень насыщенности региона массмедиа как достаточный (см. рис. 2).

Одновременно большинство опрошенных (57,3%) затруднились оценить уровень самоорганизации регионального медиасообщества: жители мало знают об общественных и других профессиональных объединениях и практически не осведомлены об их деятельности.

Что касается уровня свободы в распространении информации, то нами получены диаметрально противоположные оценки в отношении разных видов СМИ: от 80,7% респондентов, считающих, что для интернет-СМИ характерна «информационная вседозволенность», до 60,7% опрошенных, считающих, что традиционные печатные СМИ подконтрольны региональной власти.

Мы полагаем, что могут быть выделены факторы двух уровней, формирующих модель взаимодействия СМИ и власти (см. рис. 3).

Полагаем, что моделирование взаимодействия СМИ и власти на региональном уровне должно происходить поэтапно:

1-й этап — определение сложившейся модели взаимодействия (например, по нашим оценкам, в Воронежской области — матричная модель, характеризующаяся отсутствием со стороны

власти целостной системы управления СМИ, причем среди региональных СМИ примерно равные доли приходятся на подконтрольные и неподконтрольные органам власти, а регион в целом занимает средние позиции в национальном рейтинге социально-экономического развития);

2-й этап — формирование стратегии развития взаимодействия (определение вектора движения и путей перехода к оптимальной модели взаимодействия).

ЛИТЕРАТУРА

1. Инфосфера. — Режим доступа: <https://science.wikia.org/ru/wiki> (дата обращения: 02.12.19).
2. Соснина Т. Н. Терминологический анализ понятия «ноосфера» в контексте ноосферологических исследований / Т. Н. Соснина — Режим доступа: <http://publications.ssau.ru/files/SOSNINA/MAGAZ/9.doc> (дата обращения: 02.12.19).
3. Вартанова Е. Л. Теория СМИ. Актуальные вопросы / Е. Л. Вартанова. — М.: МедиаМир, 2009.
4. Балынская Н. Р. Специфика создания образа власти в средствах массовой информации (на примере Челя-

¹ Опрос 150 человек проведен методом телефонного интервью в сентябре 2019 г. Выборка репрезентирует население Воронежской области старше 18 лет по параметрам «пол», «возраст», «образование».

бинской области) / Н. Р. Балынская, М. М. Ковалева // Вопросы управления. — Выпуск № 6 (31). — 2014. — Режим доступа: <http://vestnik.uara.ru/ru/issue/2014/06/04/> (дата обращения: 02.12.19).

5. Большаков С. Н. Массмедиа в управлении репутационным капиталом региона / С. Н. Большаков, А. Н. Григорьев // Вопросы управления. — 2013. — № 3. — С. 26–29.

6. Динамика политического мышления в современном дискурсивном пространстве. Власть и СМИ: Коллективная монография / Под ред. О. Н. Дубровской, Т. В. Харламовой. — Саратов: Изд-во «Научная книга», 2008.

7. Шакиров О. Как формируется международная повестка дня? Ответ конструктивизма / О. Шакиров // Меж-

дународные процессы. — 2012. — Т. 10. — № 3 (30–31). — С. 83–90.

8. Космодемьянская К. В. Власть и СМИ: взаимодействие или противостояние? / К. В. Космодемьянская // Теория и практика общественного развития. — 2014. — № 4. — С. 166–170.

9. Егоров В. В. На пути к информационному обществу / В. В. Егоров. — М.: ИПК работников телевидения и радиовещания, 2010.

10. Амиров А. А. Взаимодействие средств массовой информации и власти / А. А. Амиров, А. С. Чаплыгин // Инновационные технологии в науке и образовании. — 2015. — № 3 (3). — С. 166–170.

Воронежский государственный университет

Маслов А. С., кандидат филологических наук, доцент кафедры связей с общественностью, рекламы и дизайна
E-mail: a-s-maslov@yandex.ru

Voronezh State University

Maslov A. S., Candidate of Philology, Associate Professor of the Public Relations, Advertising and Design Department
E-mail: a-s-maslov@yandex.ru

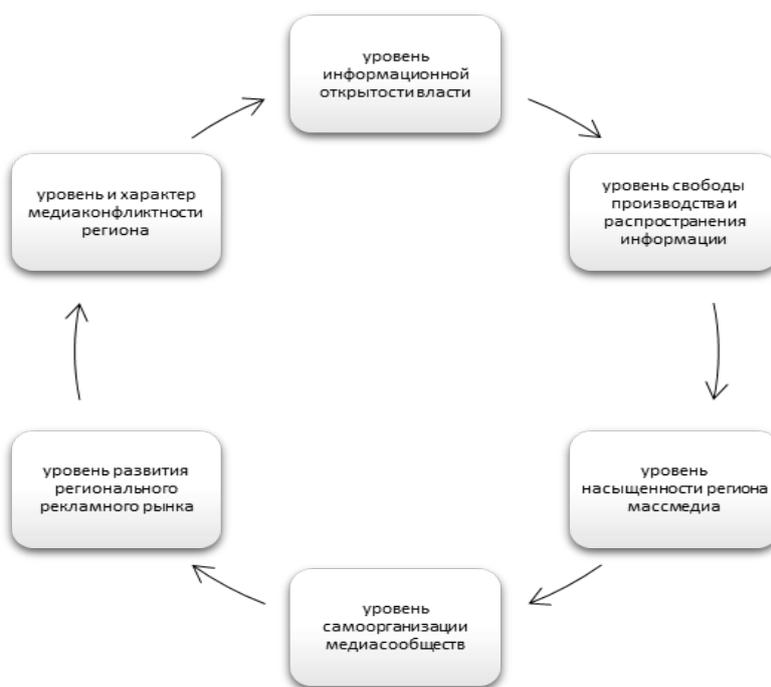


Рис. 1. Параметры для формирования медиамodelей

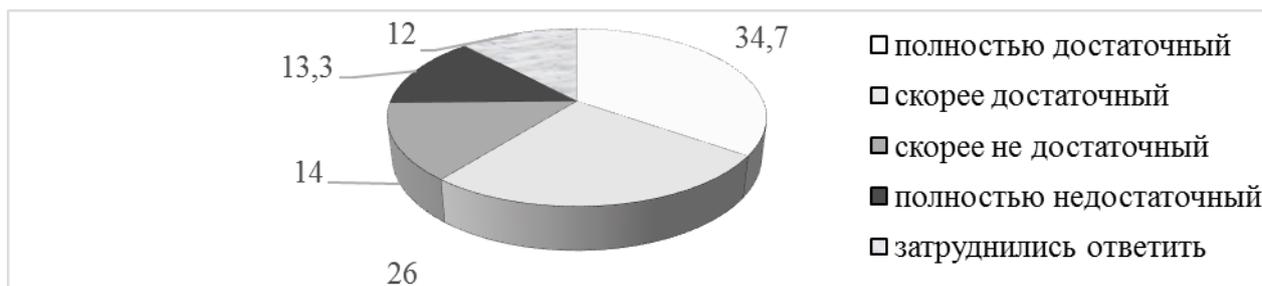


Рис. 2. Оценка насыщенности региона массмедиа (в процентном отношении к опрошенным)

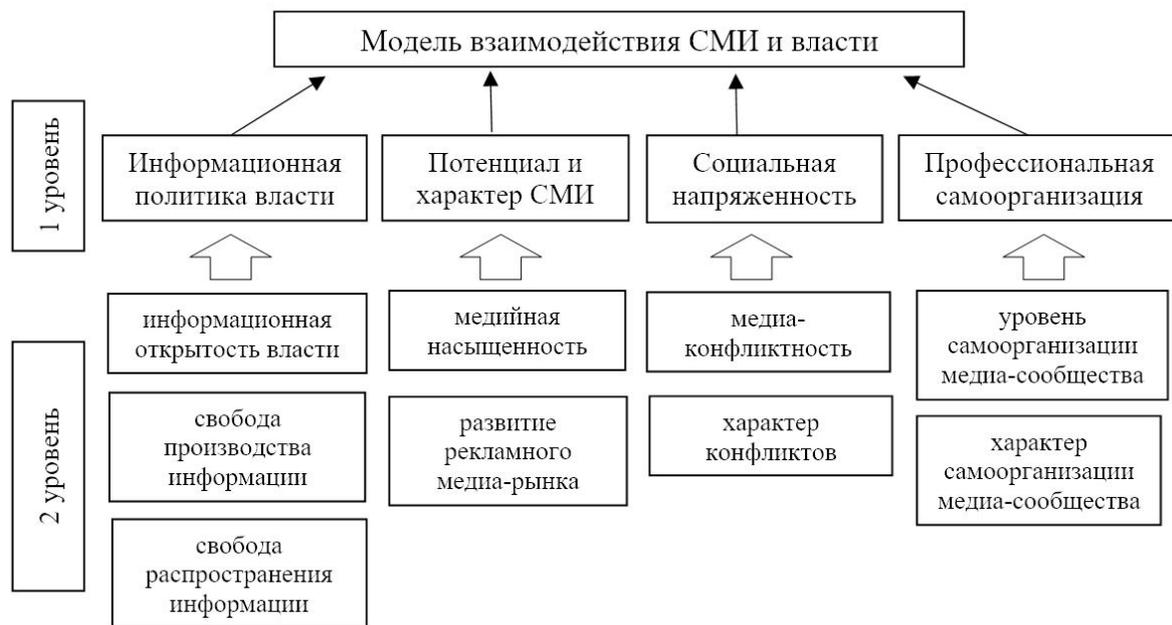


Рис. 3. Факторная модель взаимодействия власти и СМИ (региональный уровень)