

Секция «Политические науки»

Проблема медиалегитимации политической системы в современной России

Ханнанова Эльвина Илдаровна

Аспирант

Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет политологии,

Санкт-Петербург, Россия

E-mail: violletik@mail.ru

Проблема легитимации политической системы с использованием средств массовой информации на современном этапе становится все более и более актуальной. Современная политическая система России представляет собой результат поэтапного реформирования социально-экономических и политических отношений. Вместе с тем произошла трансформация и увеличение медиа ресурсов, через которые население получает информацию, в том числе и о событиях, происходящих в мире политики.

Важнейшими признаками легитимности политических институтов и сложившихся политических отношений являются общественная поддержка, и высокий уровень доверия населения [6]. Однако дисфункция СМИ как инструмента взаимодействия общества и политической власти приводит к увеличению числа общественных митингов и забастовок, которые.

В российской политической науке относительно недавно был введен термин «медиа-легитимация», используемый в работах Д. В. Березнякова [2], А. И. Вертешина, Г. Г. Филиппова [4]. В широком значении под термином медиалегитимация понимается «целостный комплекс организационных и агитационно-пропагандистских мер субъектов политики в целях укрепления ими политической системы, собственной власти, ее признания в обществе на основе включения в процесс имеющегося медийного ресурса. В более узком – журналистскую рефлексию по поводу поддержки, или оппонирования, политических решений власти» [3].

В медиалегитимации участвуют СМИ, в российской действительности – популярные и лояльные к власти федеральные средства массовой информации, поддерживающие развитие выбранной информационной политики, и формирующие повестку дня в новостных телепередачах. Однако некоторые исследователи уделяют внимание неоднозначности процесса медиалегитимации. В частности исходя из позиции немецкого философа и социолога Ю. Хабермаса следует выделить две стороны легитимации власти: «с одной стороны, коммуникативное формирование легитимной власти, которая рождается в свободном от всякой репрессии в процессе коммуникаций, а с другой – такое обеспечение легитимности через политическую систему, с помощью которой административная власть пытается управлять политическими коммуникациями» [5]. Фактически в современной России имеет место быть второй вариант политической коммуникации, где политическая власть презентует саму себя: она стремится создать такие события или «поводы», информация о которых передается через средства массовой информации. Таким образом, легитимной становится не та политическая система, которая существует и функционирует в действительности, а тот образ, о котором повествуют СМИ.

В качестве объекта анализа выбрано издание «Российская газета», являющееся официальным печатным органом Правительства Российской Федерации. Таким образом,

данное положение газеты предоставляет возможность выступать в качестве авторитетного источника для читающей доли российской аудитории с одной стороны. С другой стороны, публикуемые материалы в данном печатном издании отражают логику государственной информационной политики в формировании отношения населения к политической системе. Выбор заголовков в качестве объекта исследования объясняется с точки зрения выполнения ими ряда функций. В первую очередь – привлечение внимания к прочтению материала; во-вторых – подготовка читателя к восприятию содержания соответствующей публикации; в-третьих – углубление понимания и формирование первостепенного отношения к соответствующему материалу.

Проведенный анализ выявил приоритетные в частоте и положительном обозначении решение социальных проблем и деятельность органов государственной власти (судебной системы, института президентства, законодательства, органов правопорядка и безопасности, глав министерств).

Анализ динамики изменения аудитории основных информационных источников [7] показал, что рост доли аудитории непопулярных ранее телеканалов является следствием поиска альтернативных информационных ресурсов в условиях дефицита объективной информации. Также площадки для дискуссий в сети интернет, представляют собой альтернативный способ замещения недостатка качественных информационно-аналитических ресурсов.

Для достижения целей продуктивной политической коммуникации необходимо увеличения числа информационно-политических телепередач и возможности построения конструктивного диалога населения и политической власти.

Литература

1. Ачкасов В.А. Легитимация власти в постсоциалистическом российском обществе / В.А. Ачкасов, С.М. Елисеев, С.А. Ланцов – М: Аспект-Пресс, 1996. – 125 с.
2. Березняков Д. В. Медиалегитимация и российский политический контекст // Международный конгресс «300 лет Российской газете. От печатного станка к электронным медиа». Сборник материалов. М: Изд-во МГУ, 2002. – С. 169-170.
3. Вертешин А.И. Медиалегитимация политической власти в современной России: автореф. дис. ...докт. пол. наук: 10.01.10. – СПб., 2009.
4. Вертешин А. И., Филиппов Г. Г. Легитимация и делегитимация политической власти средствами журналистики – конструкт исторического развития политической культуры общества // Личность. Культура. Общество. – 2008. Вып. 2 (41). – С. 310-316.
5. Хабермас Ю. Социальная проекция Фрейда и утопия общества // Философская и социологическая мысль. - 1990. - № 2.
6. Двадцать лет реформ глазами россиян: опыт многолетних социологических замеров / Под ред. М.К. Горшкова, Р. Крумма, В.В. Петухова. – М.: Весь Мир, 2011. – 328 с.

7. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. [Электронный ресурс] // Отраслевой доклад. – 2011. – М.: С. 58-59 – Режим доступа: <http://www.farnc.ru/magnoliaPublic/rospechat/activities/reports/2011/item4.html>. – Загл. с экрана. (20.04.2012)