

Секция «Политические науки»

Политические переговоры в условиях медиакратии

*Идаятов Ариф Курбанович*

*Аспирант*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет*

*политологии, Москва, Россия*

*E-mail: arifmsu@mail.ru*

СМИ на современном этапе развития общества становятся неотъемлемой его частью и условием функционирования всех сфер. Однако, несмотря на первоначальную заслугу медиа в процессе установления демократии, о котором говорит С. Хантингтон [5], современная роль СМИ искажается. Как следствие, в условиях современной демократии медиа утрачивают свою изначальную социальную функцию независимого проводника информации и превращаются во властный инструмент конструирования определенной медиа-реальности. Именно этот процесс можно охарактеризовать как медиакратию, но медиакратию не как власть СМИ, а как власть над обществом в условиях формирования повестки дня и создания конструкта медиа-реальности. Так, Т. Мейер писал, что СМИ сначала дают возможность гражданам становиться очевидцами политических переговоров, а после лишают их такой возможности, оставляя в качестве зрителей [1].

Теория «установления повестки дня» была впервые сформулирована в работе Г. Берельсона, главным тезисом которого являлась мысль о том, что привлечение внимание к определенным проблемам и отвлечение от иных информационных поводов способно воздействовать на сознание аудитории [3]. Более полное развитие данная теория получила в трудах М. МакКомса и Д. Шоу, которые предположили, что значимость политических проблем зависит, в первую очередь, от активности их обсуждения в СМИ: «Установление повестки дня предполагает связь между решениями, касающимися освещения проблемы в СМИ, и представлениями о ее важности и значимости в умах индивидов, составляющих аудиторию СМИ» (Черных, 2007, 15). Шоу и МакКомс исходили из того положения, что у СМИ есть 4 основных этапа влияния на формирование политического поведения индивидов: «формирование осведомленности о проблемах, получение информации о них, формирование или изменение установок на основе этой информации, реализация установок в поведении» (Забурдаева, 2011, 35).

Само формирование повестки дня происходит за счет метода, который Борецким Р.А. называется «отделением фактов от мнений» [2], когда имеет место поток фактов (в ряде случаев также предварительно фильтрованный), а затем аналитика акцентирует внимание на наиболее важных и актуальных. Безусловно, важность и актуальность заблаговременно определяется. В результате происходит преднамеренное отклонение массового сознания от реальной действительности. В числе других методов, которые, по мнению Р.А. Борецкого, используются современными СМИ, являются методы опережающей (или непроверенной) информации, а также метод сбалансирования уравновешивания информации. Метод опережающей версии состоит в том, что заблаговременно формируется «объяснение» происходящим событиям. Причем, это объяснение не обязательно основывается на фактах, а в ряде случаев и преднамеренно их искажает [2]. Метод сбалансированной информации схож с предыдущей манипуляцией сознанием аудитории. Он заключается в том, что факты, которые не удастся скрыть и которые

могут интерпретироваться аудиторией негативно, уравновешиваются освещением положительных и значимых событий [2]. Как отмечает Дж. Сартори, СМИ в условиях современного мира классическое понимание демократических ценностей и плюрализм мнений заменяют на мнения крупных политических акторов [1].

Важно также то, что «повестка дня» способна оказывать влияние на восприятие значимости политических переговоров в глазах мировой общественности и их исход. Это становится возможным благодаря использованию следующих действий:

1. Формирование актуальности темы предстоящих переговоров за счет опосредованного и частого обсуждения (без упоминания политических переговоров)
2. Появление нескольких аналитических и прогностических публикаций, статей, репортажей о предстоящей теме политических переговоров.
3. Тема предстоящих переговоров позиционируется как сенсационная, в СМИ проводится «публичное ожидание» начала переговоров («отсчет» дней до начала события)
4. фрагментация предмета переговоров и обсуждение каждого значимого элемента темы в СМИ
5. проведение формирующих опросов, ссылка на авторитетное мнение, выступление лица, которое также ожидает проведение переговоров и их конкретного исхода.

Помимо всего прочего, медиа еще до начала политических переговоров навязывают определенную точку зрения о правоте той или иной стороны. В 2008-2009 гг. после грузино-юго-осетинского конфликта переговорам 12 августа России и Франции, которая выступала в роли посредника, предшествовал поток дезинформации о действиях российских войск на территории Грузии. В результате позиция России подверглась масштабной и всесторонней критике со стороны западных СМИ, как следствие, каждые политические переговоры проходили в условиях взаимного недовольства сторон и невозможности российских политических лидеров донести свою позицию до аудитории в неискаженном виде.

Искажение роли СМИ приводит и к ограничению эффективности политических переговоров как метода разрешения международных конфликтов. Другими словами, в условиях медиакратии участники политических переговоров, с одной стороны, имеют возможности донести свою позицию до широких слоев населения, до мировой общественности по наиболее важным вопросам, но, с другой стороны, попадают в ловушку медиамировоззрения, т.е. определенной точки зрения, принятой в СМИ и поддерживаемой населением. Предшествующее политическим переговорам освещение их проблематики в СМИ может создать «ловушку», которая не позволит участникам пойти друг другу на встречу как это случается при менее обсуждаемых темах. В конечном итоге приемы и переговорные методики, которые участники могут использовать для достижения консенсуса, в условиях медиакратии становятся менее продуктивными.

## **Литература**

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции. М., 2005.
2. Борецкий Р.А. В Бермудском треугольнике ТВ/ Под общей редакцией Я.Н. Засурского.- М.: Издательство ИКАР; факультет журналистики МГУ, 1998.
3. Василенко И.А. Политические переговоры. М., 2010.

*Конференция «Ломоносов 2013»*

4. Забурдаева Е.В. Политическая кампания. Стратегии и технологии: Учебник. М., 2012.
5. Хантингтон С. Третья волна. Демократизация в конце XX века. М., 2003.
6. Черных А.И. Власть демократии – власть медиа? М., 2007.