

Роль аналитического кластера в в технологии agenda-setting

Научный руководитель – Иваницкий Валерий Людвигович

Ястребова Светлана Андреевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

E-mail: svetaSeverka2996@gmail.com

Во многом из-за популяризации особой технологии интерпретации действительности возникли современные научные и социальные споры о пропаганде, ограниченном и спекулятивном информационном поле, управляемом и подконтрольном общественном мнении. Это технология формирования (установления) повестки дня: она позволяет искусственно внедрять «круг сюжетов или тем, имеющих приоритетное значение для конкретного субъекта в определенный промежуток времени,» [2] и во многом моделировать отношение к ним.

Повестка дня параллельно формируется отдельными индивидами, акторами, принимающими ответственные решения, и журналистами. Так она дробится и подчиняется типологизации по субъекту. В результате выделяются публичная (общественная), политическая и медийная повестки дня [1].

Повестки разных типов тесно взаимосвязаны и формируются под взаимным влиянием соответствующих им общественных процессов. С одной стороны, ключевые политические и экономические акторы запрашивают доступную и полезную информацию и сценарии развития тех обществ, которыми они управляют. Для этого правительства и другие органы власти решают проблему вовлечения экспертных знаний в процесс принятия общественно важных решений [3]. С другой стороны, развитые и развивающиеся общества пытаются демократизировать институты управления и внедряют механизмы слаженной общественной реакции на решения своих управленцев. В организации и объединении двух этих процессов и, как следствие, их повесток играет существенную роль национальный аналитический кластер.

В первую очередь, аналитический кластер регулярно делает срезы общественного мнения по ключевым дискуссионным темам - так проводится анализ общественной повестки. По результатам полученных статистических данных, а также с опорой на квалифицированное экспертное мнение, аналитический кластер готовит закрытые проекты общественно значимых решений для элит. Элиты анализируют эти предложения и выбирают те, что будут реализованы от их имени и превратятся в официальную политическую повестку. Принятая политическая повестка в прямом или опосредованном через экономику виде находит отражение в медийной повестке. На этом этапе у аналитического кластера двойная роль: он может самостоятельно поставлять информационные поводы журналистам, опережая или действуя одновременно с лицами, принимающими решениями, или комментировать официальную позицию власти или вызванные ей новости постфактум. Так или иначе, проблема, взятая из общественной или сразу политической повестки, анализируется широкой аудиторией в СМИ и проходит через медийную повестку. После этого аналитический кластер возвращается на первую стадию цикла и снова проводит срез общественного мнения - по новой проблеме, прошедшей все повестки.

Аналитический кластер проводит цикл от разработки до принятия общественно важных идей - для этого он участвует в формировании повестки дня каждого существующего типа и поэтапно проводит идею из повестки в повестку. На каждой стадии цикла (в рамках каждой повестки) аналитический кластер фиксирует реакцию на идею и попутно ее корректирует. В результате все виды повесток, включая медийную, служат прикладным инструментом для проработки и лоббирования идей, разработанных именно аналитическим кластером.

Именно практическое медиаисследование способно выявить и доказать изложенный цикл проработки общественно значимых идей через процесс формирования повесток, в том числе, медийной. Оно доказывает отнесенность проблем аналитического кластера и теории agenda-setting не только к коммуникативистике, но и непосредственно к журналистике. Также доказательство существования и эффективности этого цикла делает аналитический кластер значимым субъектом в информационном поле, а процесс формирования повестки дня актуальным и дискуссионным инструментом спекуляции мнениями ради апробации и внедрения идей.

Источники и литература

- 1) Казаков А.А. Теоретико-методологический потенциал категории «Медийная повестка дня»: возможности и ограничения // Вестник ВолГУ. Серия 4, История. Регионоведение. Международные отношения. 2012. №1. – С. 139-140.
- 2) Казаков А. А. Теория установления повестки дня в российской политической коммуникативистике: анализ основных контекстов, источников и определений // Актуальные проблемы медиаисследований-2014. — М.: Ф-т журн. МГУ, 2014.
- 3) McGann, James G., «2017 Global Go To Think Tank Index Report». URL: https://repository.upenn.edu/think_tanks/ [Дата обращения: 20.02.2018]