

ЖУРНАЛИСТИКА И МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

УДК 070.1 + 32.001

М. М. Ковалева

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА ИЛИ МЕДИАПОЛИТОЛОГИЯ?

Рассматриваются проблемы магистерской подготовки на факультетах журналистики, в частности содержание программ, посвященных анализу функционирования СМИ в сфере политики. Автор предлагает разработать новую программу подготовки магистров из числа выпускников гуманитарных факультетов, проявляющих интерес к информационно-коммуникационным проблемам.

К л ю ч е в ы е с л о в а: информация, политика, политический процесс, информационная политика.

В последнее время на многих факультетах журналистики нашей страны началась подготовка магистров по программе «Политическая журналистика». Как всякая программа научных исследований по избранной специализации, она предполагает наличие достаточно устойчивого и аргументированного понятийного аппарата, соотношенного с предметом исследования. Название программы, о которой идет речь, неизбежно провоцирует ряд вопросов: что такое «политическая журналистика»? Какой круг проблем охватывается этим понятием (качественные характеристики текстов, проблематика, связанная с политикой)? Каков объект и предмет изучения, каким должен быть научный и практический результат исследования? Ответы на эти вопросы зависят от того, что понимается под наименованием данного предмета. Скорее всего, речь идет об исследовании текстов по данной тематике или анализе отдельных специализированных изданий, посвященных политике, что несколько лет назад реализовывалось в рамках таких программ журфаков, как освещение проблем

КОВАЛЕВА Маргарита Михайловна — доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой истории журналистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: mmkovaleva@yandex.ru).

© Ковалева М. М., 2012

экономики, политики, культуры. Анализ «освещения» проводился на базовой концептуальной основе, применявшейся в советские времена в области всех гуманитарных исследований, — в соответствии с идеологией марксизма-ленинизма. Средства массовой информации XXI в. работают в новых социальных и политических реалиях, которые требуют осмысления как в теории, так и на практике. Если согласиться с тем, что к политической журналистике относятся произведения, тема которых связана с политикой, то неизбежно вновь встают вопросы: разве не связаны в современной журналистской практике с политической публикации и передачи, к примеру, о проблемах ЖКХ, критикующие действия монополий в той или иной сфере социальной жизни, затрагивающие проблемы культуры, образования? Вряд ли кто сегодня рискнет отрицательно ответить на эти вопросы. Таким образом, можно констатировать, что термин «политическая журналистика» носит условный характер и как минимум требует конкретной методологии анализа. В то же время политическая журналистика, несомненно, является частью такой универсальной и вечной для мировой журналистики проблемы, которая может быть сформулирована в общем виде как «СМИ и власть» или «журналистика и политика». Безусловно, каждое государство и общество решает ее по-своему, в зависимости от собственной культурно-исторической традиции и политической системы.

Современные информационные технологии стремительно изменяют картину мира и создают практически неограниченные возможности свободного доступа к информации. Вместе с тем наблюдается и другой процесс: чем больше информации поступает в виртуальное и реальное пространство, тем менее информированным становится отдельный человек. Ученые с тревогой отмечают информационный хаос, переживаемый человечеством, что создает реальные возможности для манипулирования и дезинформации. Особую остроту приобретают проблемы воспитания навыков обращения с информацией, ее обработки (выбора!), а также способов ее распространения. С учетом всего вышесказанного общественно значимой и существенной для российского информационного пространства становится задача подготовки квалифицированных кадров. Свыше десяти лет в Уральском государственном университете (ныне — УрФУ) работает совет по защите докторских и кандидатских диссертаций по специальности 10.01.10 «Журналистика (политические науки)». Под руководством автора данной статьи защищено 3 докторских и 10 кандидатских диссертаций, посвященных специфике функционирования СМИ в политическом процессе, что дает основание поделиться некоторыми соображениями по поводу того, как может осуществляться подготовка научных и практических кадров в этом направлении. Речь идет о формировании определенного научного направления и, соответственно, учебной дисциплины «Медиаполитология». По нашему мнению, именно магистратура может стать начальным этапом его разработки. Конечно, такая специализация может успешно осуществляться в крупных университетских центрах, обладающих достаточными кадрами преподавателей.

Прежде всего, о наименовании данного направления. Семантика первой части слова «медиаполитология» — «медиа-» — дает научный простор для об-

ращения к необходимому эмпирическому материалу не только в виде собственно журналистских произведений, но и рекламных продуктов, PR-компаний в СМИ, которые сегодня существуют в едином информационном пространстве. По сути, то, что сейчас называется «журналистика», — это продукт взаимодействия всех трех видов массово-информационной деятельности. При этом каждый из них обладает специфическими характеристиками. Журналистское произведение в первую очередь предполагает наличие таких качеств, как авторская позиция, умение анализировать факты, явления и события и надежная аргументация. У PR-деятельности свои способы работы с информацией: информация, информационный повод создается, а не интерпретируется, как в журналистике. Ее задача — сформировать информационную повестку дня, убедить, создать имидж. С этой целью используются и журналистские тексты, и рекламные произведения. Что касается рекламы, то она, в свою очередь, широко пользуется образными средствами, ресурсами журналистики (скрытая реклама) и т. д. Что касается политического процесса, то в нем все три типа массово-коммуникационной деятельности присутствуют, чаще всего дополняя друг друга.

В отечественной политологии информационные возможности рассматриваются как механизм, позволяющий непосредственно «продуцировать политический порядок» [2], и даже прогнозируется наступление медиакратии, при которой информационные отношения превратятся в ключевой фактор политического управления. Все это заставляет по-новому отнестись к ряду устоявшихся в современной теории журналистики представлений о профессии, суть которой сводится к функции объективного информирования, «сторожевого пса» общественных интересов, исполняющего роль посредника между властью и обществом. Другими словами, журналист не является самостоятельным субъектом политического процесса. Это мнение не выдерживает критики, если учесть реалии современного информационного общества, где, по сути, именно информационная политика является составной частью политического процесса. Да и сам политический процесс в новейших исследованиях отечественных и зарубежных политологов рассматривается не только в традиционном толковании, как развернутая во времени и пространстве последовательная цепь событий, ведущих к захвату или удержанию власти. Одним из формирующихся направлений в раскрытии содержания понятия «политический процесс» является его толкование как процесса формирования политических отношений в обществе, взаимодействия людей в общественной жизни, предусматривающего обдуманый выбор собственной политической позиции. Все это возможно лишь при условии получения достоверной, структурированной в зависимости от авторской позиции информации. Именно поэтому, анализируя взаимоотношения СМИ и политики, необходимо исходить из таких характеристик информации, как объем (полная, неполная), ее характер (негативная, позитивная) и качество (достоверность, аргументированность).

Медиатизация политики, связанная с информационной глобализацией, политизация самих СМИ на современном этапе исторического развития определяют новое содержание политического процесса и требуют изучения. Для политологов, как представляется, это особенно актуально, так как позволяет на

инструментальном уровне использовать потенциал СМИ как для анализа, так и для грамотного поведения в информационной сфере, разнообразить и концентрировать способы активизации индивида в политической жизни общества. Для журналистов наличие дисциплины «Медиаполитология» в образовательном процессе — это расширение представлений о функциональных возможностях СМИ как социально-политического института, субъекта политики, объекта политического действия, способа оптимизации взаимоотношений со всеми ветвями власти, средства установления общественного диалога как необходимого условия гражданского общества. Ведь очевидно, что демократизация невозможна без взаимодействия (а не только конфронтации, как это чаще всего бывает) СМИ с такими субъектами политического процесса, как органы государственной власти, политические партии, институты гражданского общества. При этом необходимо различать PR-деятельность как составную часть политтехнологий, и журналистику как канал объективного формирования общества.

Медиаполитология, по нашему мнению, могла бы стать теоретическим фундаментом формирования государственной информационной политики. Кто сегодня творит политику в России? Тот, кто имеет возможности стать собственником как можно большего количества изданий и каналов, обладает средствами для оплаты Интернета.

В модуль дисциплины «Медиаполитология» должен быть включен такой предмет, как «Политическая культура журналиста». Если принять за основу ценностно-деятельностный подход к определению понятия «культура» [1], то политическая культура журналиста может формироваться в процессе накопления знаний, навыков, приобретения умения разбираться в политических отношениях, основанных на исторических ценностях того общества, представителем которого является журналист. Политическая культура может рассматриваться как важная составляющая профессиональной культуры журналиста, от которой зависит возможность аккумулировать общественные интересы, влияющие на принятие политических решений. В условиях становления гражданского общества в России журналистика все чаще проявляет себя и как социально-политический институт. Впрочем, генетически расположенная к политике журналистика в России обладает еще одной существенной особенностью: еще в XIX в. В. Г. Белинский отмечал, что в России журналы могут создать партию. Политиков в нашей стране нередко «творят» журналисты: достаточно вспомнить события декабря 2011 г., выдвинувшие новых политических деятелей от оппозиции.

В содержание разрабатываемых по данному направлению курсов было бы целесообразно включить один немаловажный компонент, который еще не стал предметом специальной научной рефлексии, — культуру властвования, контуры которой могут входить и в содержательный компонент государственной информационной политики.

Политических журналистов, конечно, необходимо готовить. И университетская система в состоянии это сделать. Магистратура по медиаполитологии способна не только выполнить эту задачу, но и подготовить преподавателей для работы в области социально-политических наук. И политология, и журна-

листика имеют один общий объект исследования — это социальная и политическая жизнь общества. На первый взгляд такое сходство может выглядеть чисто внешним. Политология — сфера научной деятельности, а журналистика — общественной и творческой, однако их взаимодействие в развитии современного политического процесса в России может оказаться полезным.

Представленные в данной публикации суждения, конечно же, имеют дискуссионный характер, автор выражает надежду на то, что в результате коллективных усилий научной общественности, вузов в системе университетского образования возникнут новые направления в соответствии с вызовами современного политического процесса.

1. Коган Л. Н. Социология культуры. Екатеринбург, 1992.

2. Соловьев А. В. Политическая идеология: логика исторической эволюции // Полис. 2001. № 2. С. 5–23.

Статья поступила в редакцию 10.05.2012 г.

УДК 070 + 328.185

В. Н. Руденкин

РОЛЬ СМИ В ПРОФИЛАКТИКЕ И ПРОТИВОДЕЙСТВИИ КОРРУПЦИИ: ОПЫТ США

Проанализированы нормативно-законодательные основы прозрачности деятельности органов власти в США. Показано влияние законов рынка на деятельность американских СМИ. Раскрывается роль американских СМИ в обеспечении прозрачности деятельности органов государственной власти.

Ключевые слова: коррупция, коррупционные скандалы, профилактика коррупции, СМИ, свобода информации.

За последние десятилетия многие страны мира сумели добиться впечатляющих успехов в борьбе с коррупцией. Это стало возможным благодаря реализации целой системы антикоррупционных мероприятий. Одним из элементов этой системы является обеспечение максимальной прозрачности деятельности органов власти. В условиях такой прозрачности у нечистых на руку политиков и чиновников гораздо меньше возможностей для служебных злоупотреблений, нежели если их деятельность окутана завесой секретности. В этом отношении исключительно важную роль играют СМИ: сама угроза быть выведенным на чистую воду, стать «героем» скандальной газетной публикации или телевизионного

РУДЕНКИН Василий Николаевич — доктор политических наук, профессор, проректор по научной работе Уральского института экономики, управления и права, Екатеринбург (e-mail: rudenkin@mail.ru).

© Руденкин В. Н., 2012