

А. С. Мусатова<sup>1</sup>**ПОЛИТИЗАЦИЯ МЕДИА И МЕДИАТИЗАЦИЯ ПОЛИТИКИ  
В ЗЕРКАЛЕ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА**

Бурное технологическое развитие влияет на изменение общественных институтов, обуславливает стремительность жизни. Информационная сфера наиболее чутко реагирует на возникновение новых технологий и форматов. Возрастает роль средств массовой коммуникации (СМК), в особенности из-за их срединного положения между властью и обществом.

Не только отражая, но и конструируя реальность, медиа осуществляют взаимосвязь населения с политической средой. В то же время они все больше превращаются в информационный аналог реальности, а журналисты — из трансляторов информации в создателей смыслов.

Становится очевидной необходимость контроля за информационной повесткой, который, по мнению исследователя дискурса Т. Ван Дейка, осуществляется посредством доступа к ресурсам коммуникативного доминирования<sup>2</sup>. Во многом именно в контроле над медиаисточниками заключается власть элит и в целом политизация медиа.

<sup>1</sup> Менеджер проектов маркетингового агентства (Самара), специалист-социолог. Автор ряда научных публикаций, в т. ч.: «Теория конфликта в истории социологии на примере творчества К. Маркса и Дж. Хоманса», «Образ премьеры и президента в телевизионных новостных выпусках», «Оппозиционное движение в России: взгляд двух поколений» (в соавт.), «Журналистика в Интернете: профессионалы или любители», «Гражданский активизм в современной России: анализ медийных дискурсов», «Особенности взаимодействия производителя и потребителя публикаций СМК с развитием новых медиа» и др.

<sup>2</sup> Ван Дейк Т. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации : пер. с англ. М. : Либроком, 2013. С. 337.

Роль СМК была признана определяющей в предвыборных кампаниях советского периода. На тот момент средства массовой коммуникации стали «основной средой политической коммуникации»<sup>3</sup>. Вместе с трансформацией власти происходила деформация публичной сферы, сопровождавшаяся борьбой кланов и элит. По словам Е. Воиновой, свидетельством обратного процесса медиатизации политики, при котором публичная сфера превращалась «в зазеркалье», стали выборы 1996 года<sup>4</sup>. Вот только арена борьбы развернулась уже в пределах символического пространства. По мнению И. Засурского, этот нюанс является определяющим при описании процесса медиатизации политики<sup>5</sup>.

Он характерен для ситуации, когда на политическом поле не происходит значимых событий и (или) необходимо создать их искусственным путем. Е. Воинова добавляет к этому возможность создания политических декораций и целых спектаклей в публичном пространстве при попытке что-либо скрыть в реальной политике. В этом ключе рассуждал и Ж. Бодрийяр, который считал массовые коммуникации «специфиче-

<sup>3</sup> Засурский И. И. Реконструкция России. Массмедиа и политика в России девяностых // Русский журнал. URL: <http://old.russ.ru/politics/20001114.html>

<sup>4</sup> Воинова Е. Медиатизированная политическая коммуникация: Способ медийного искажения политики или способ организации дискурса? // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2006. № 6.

<sup>5</sup> Засурский И. Массмедиа второй республики // Политизация массмедиа. М., 1999.

ским средством, декорацией идей, призванной оказывать влияние на людей»<sup>1</sup>.

В таких условиях внимание политиков концентрируется не на собственной деятельности, а на создании собственных образов. Этому способствовало понимание доминирующей роли СМИ, когда важным становится не то, что ты делаешь, а то, как преподнесут это в медиа. Чтобы завоевать расположение аудитории, политические деятели вынуждены формировать собственные медийные образы, попутно превращая выступления в показательные шоу. Таким образом, из реальных людей с набором убеждений они превращаются в «медиафигуры»<sup>2</sup>. Вслед за этим перестраивается и политическая общественность, реализуемая согласно постановочным принципам массмедиа.

Опосредованность общественной жизни образами позволяет говорить о том, что сегодня мы живем в «обществе спектакля», о котором писал Г. Дебор<sup>3</sup>. По мнению автора, как только спектакль перестает о чем-либо говорить, само событие перестает существовать, поэтому политически действенным становится только то, что показано и о чем рассказано в СМИ.

Медиа становятся важным источником распространения новостей и площадкой для публикации мнений политиков и экспертов. Во взаимодействии они создают информационную картину мира и формируют общественное мнение. Все чаще политические цели достигаются посредством применения пропагандистских методов в журналистике.

Наиболее распространенным приемом является создание мифологического пространства. Мифы помогают доступно и эффективно наглядно продемонстрировать собственные убеждения, причем наиболее естественным образом. Все мы помним приезд украинского президента Петра Порошенко на саммит в Давос с куском желтой обшивки от автобуса. С точки зрения Р. Барта, этот материальный носитель можно рассматривать как продукт мифотворческой деятельности<sup>4</sup>.

Согласно двойной структуре мифа первымзначающим являлся непосредственно металлический кусок с дырками в своей принадлежности к обстрелянному автобусу. Второй уровень мифа создавался посредством проведения ассоциативных связей. На этом уровне предмет наполнился вполне опреде-

ленным смыслом, становясь материальным фактом свидетельства «российской агрессии». Хотя манипуляция с общественным мнением не прошла, показательна сама ситуация, при которой политика фактов заменяется политикой символов. Эффективность мифотворчества заключается в том, что оно производит непосредственный эффект, действуя сильнее рациональных доводов.

Переход политики в область символического пространства Ж. Бодрийаром воспринят как свидетельство исчезновения подлинной реальности и возникновения «медиареальности». Образы действительности в ней создаются в результате применения дискурсивных практик, которые обобщают информацию и власть. Основопологающим способом реализации властных установок становится симуляция.

Происходит подмена реальной картины практиками тотальной симуляции, порождаемыми средствами массовой коммуникации. В этом, надо признать, их угрожающая сила. Зачастую создаваемая виртуальная реальность оказывает влияние непосредственно на социально-политическую обстановку. Одним из примеров является активная роль медиа в подготовке общественного мнения и создании информационного повода для начала дестабилизации Ливии.

Это к вопросу о владении средствами массовой коммуникации, от чего во многом зависит информационная картина. Однако если на расстановку сил в медийном пространстве повлиять затруднительно, то как минимум защитить себя от практик симуляции вполне возможно.

В. А. Емелин предлагает, на мой взгляд, самый простой и действенный способ, заключающийся в ироничном восприятии действительности. Автор предполагает, что оно «поможет оградить нас от иллюзии очевидности, созданной диспозитивом власти-информации».

Применение этого способа демонстрируют российские политические деятели. Одним из последних примеров является ироничное комментирование Владимира Путина относительно своего продолжительного отсутствия в СМИ. Таким образом, только вооружившись иронией, можно жить в медийно созданном пространстве симуляции и не обратиться при этом в симулякр.

<sup>1</sup> Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество: Введение в теорию исследования. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010.

<sup>2</sup> Болъц Н. Азбука медиа / пер. с нем. Л. Ионина, А. Черных. М.: Европа, 2011. С. 65.

<sup>3</sup> Есипова И. В. Синтез средств массовой информации в эпоху постмодерна. URL: <http://sciencejournal.sstu.ru/sites/default/files/44.pdf>

<sup>4</sup> Барт Р. Мифологии. М., 1996; *Он же*. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М., 1989.