

**САЯСАТ. САЯСАТ ТААНУУ ИЛИМДЕРИ**  
**ПОЛИТИКА. ПОЛИТИЧЕСКИЕ НАУКИ**  
**POLICY. POLITICAL SCIENCE**

*Артыкбаев М.Т., Сатылканова А.Р*

**ТЕЛЕКӨРСӨТҮҮ ЖАНА САЯСАТ**

*Артыкбаев М.Т., Сатылканова А.Р*

**ТЕЛЕВИДЕНИЕ И ПОЛИТИКА**

*M.T. Artykbaev, A.R Satylkanova*

**TV AND POLITICS**

УДК: 654.197:323.1

*Бул макалада өлкөнүн учурдагы шартында телекөрсөтүүнүн массалык маалымат каражаты катары мааниси, ошондой эле телекөрсөтүүнүн информациялык, билим берүүчү, сын жана контроль функциялары, мобилизациялык жана социалдык функциялык милдеттери каралды.*

*Негизги сөздөр: жалпыга маалымдоо каражаттары, коомдук телекөрсөтүү, саясат, масс-медиа, телекөрсөтүүнүн милдеттери.*

*В статье рассмотрена сущность телевидения как одного из средств массовой коммуникации, охарактеризована роль телевидения в политической жизни общества, перечислены социальные функции телевидения.*

*Ключевые слова: средства массовой информации, общественное телевидение, политика, масс-медиа, функции телевидения.*

*In the article the essence of television as a means of mass communication, described the role of television in the political life of the society, lists the social functions of television.*

*Key words: mass media, public television, politics, mass media, functions of television.*

Телевидение – это сложная система источников сообщений и их получателей, связанных между собой разнообразными каналами. В телевидение включены: звукозапись, видеозапись, компьютерные накопления, обработка, передача и прием информации, система Интернет и другие. Действие телевидения заключается в систематическом распространении политической информации среди различных по численности, рассредоточенных аудиторий с целью утверждения духовных ценностей данного общества или его правящих групп, оказания идеологического, культурного и политического воздействия на получателей информации.

Вследствие научно-технической революции телевидение вошло буквально в каждый дом, оказывает практически постоянное воздействие на членов любого сообщества. В силу значимости и влияния средств массовой информации, и в частности, телевидение, уже давно определяют, как “четвертую

власть” в обществе, после законодательной, исполнительной и судебной властей. Интересно, что “пятая власть - власть знания, науки” своим происхождением и влиянием также обязана научно-технической революции и вступлением человечества в информационную эпоху.

Отличительные черты телевидения - наличие специальных технических приборов, аппаратуры; публичность, т.е. неограниченный, обычно, надперсональный, круг ее потребителей и пользователей; целенаправленный и, как правило, однонаправленный: от телевидения к потребителю, всегда контролируемый ими поток информации, даже при возможности обратной связи; различный, непостоянный характер их аудитории во времени и пространстве; разделенное взаимодействие коммуникационных партнеров.

Среди ведущих общественно-политических направлений функционирования телевидения необходимо отметить функции обеспечения общества как конкретной политической информацией, так и информацией в различных политических целях, по разным направлениям и для разнообразных политических процессов; политическое манипулирование информацией. Телевидение служит для сбора, распространения информации; формирования общественного мнения; легитимности политических структур; выступает важным атрибутом оппозиционной политической деятельности; служит источником стабильности или нестабильности общества. Функциями телевидения являются такие как информационная, образовательная, функция социализации и критики, контрольная функция, инновационная, оперативная, функция оперативная и мобилизационная.

Информационная функция состоит в получении и распространении сведений о наиболее важных для граждан и органов власти событиях. Добываемая и передаваемая масс-медиа информация включает не только беспристрастное, фотографическое освещение тех или иных фактов, но и их комментирование и оценку.

Далеко не все распространяемые телевидением

сведения (например, прогнозы погоды, развлекательные, спортивные и другие подобные сообщения) носят политический характер. К политической информации относятся те сведения, которые имеют общественную значимость и требуют внимания со стороны государственных органов или оказывают на них воздействие.

**Образовательная функция** проявляется в сообщении гражданам знаний, позволяющих адекватно оценивать и упорядочивать сведения, получаемые из телевидения и других источников. Масс-медиа, сопровождая человека в течение всей его жизни, в том числе и после завершения учебы, в значительной мере влияют на восприятие им политической и социальной информации. При этом под видом политического образования у людей могут формироваться и псевдорациональные структуры сознания, искажающие реальность при ее восприятии.

**Функция социализации.** Образовательная роль телевидения тесно связана с их функцией социализации и по существу перерастает в нее. Однако, если политическое образование предполагает систематическое приобретение знаний и расширяет познавательные и оценочные возможности личности, политическая социализация означает интериоризацию, усвоение человеком политических норм, ценностей и образцов повеления. Она позволяет личности адаптироваться к социальной действительности.

**Функция критики.** Эту функцию в политической системе осуществляют не только масс-медиа, но и оппозиция, а также специализированные институты прокурорского, судебного и иного контроля. Однако критика телевидения отличается широтой или даже неограниченностью своего объекта, который составляют и президент, и правительство, и суд, и различные направления государственной политики, и само телевидение.

**Контрольная функция** основывается на авторитете общественного мнения. Хотя телевидение, в отличие от государственных и хозяйственных органов контроля, не может применять административные или экономические санкции к нарушителям, их контроль часто не менее эффективен и даже более строг, поскольку оно дает не только юридическую, но и моральную оценку тем или иным событиям и лицам.

Круг политических функций не исчерпывается выше названными. Некоторые ученые, подходя к этому вопросу с других позиций, выделяют такие функции телевидения, как **Инновационная**, проявляющаяся в инициировании политических изменений путем широкой и настойчивой постановки определенных общественных проблем и привлечения к ним внимания властей и общественности; **Оперативная** – обслуживание телевидением политики определенных партий и ассоциаций; **Формирование общественного мнения.**

**Мобилизационная функция.** Все рассмотренные выше политические функции объединены моби-

лизационной функцией или же прямо или косвенно способствуют ее осуществлению. Эта функция выражается в побуждении людей к определенным политическим действиям (или сознательному бездействию), в их вовлечении в политику. Телевидение обладает большими возможностями влияния на разум и чувства людей, на их образ мыслей, способы и критерии оценок, стиль и конкретную мотивацию политического поведения.

Следовательно, можно сделать вывод о наличии практически неограниченных возможностей телевидения в области политического влияния. Перечисленные выше функции не существуют изолированно, они постоянно реализуются во всем их комплексе, всесторонне влияя на все стороны жизни общества. Для миллионов людей телеэкран стал основным источником информации и познания окружающего мира. Это объясняется тем, что, являясь частью системы социальных отношений человеческого общества, телевидение выполняет такие же функции, как и другие средства массовой коммуникации: помогает распространять информацию, знания, культуру, выступает в качестве инструмента пропаганды, социального регулирования, организации людей и т.д. Но в то же время ТВ обладает недоступными другим СМК качествами.

На сегодняшний день телевидение прочно утвердилось на первом месте среди других СМК, опередив их и по масштабам аудитории, и по объему уделяемого ему времени, и по способности концентрации общественного внимания. Сегодня на Земле ежедневно смотрят телепередачи более четырех миллиардов человек. В 2000 г. группа немецких социологов провела в нескольких странах Европы, а также в США и Канаде исследование о влиянии телевидения на жизнь человека. В результате выяснилось, что среднестатистический европеец проводит перед телевизором от 1 до 2,5 часа в день, средний американец - от 3 до 4 часов, средний россиянин - не менее двух.

Телевидение и радио имеют общие черты, которые отличают их от газет и журналов. Во-первых, это оперативность, возможность информировать людей с места события. В данном случае они выступают не только как прямые каналы передачи происходящего, но и как комментаторы, причем комментарий часто сопровождает ход события. Во-вторых, телетрансляции передают с документальной точностью эмоции участников происходящего, создают эффект присутствия, что придает им максимальную убедительность. В-третьих, они несут информацию и знания даже тем людям, которые в силу различных причин "оторваны" от общественной жизни и не могут выписывать ни газеты, ни журналы (данная способность определяется специалистами как *вездесущность*).

Основная часть сходства радио и телевидения заключается в доставке сигнала электронными средствами одновременно в миллионы точек (в первом случае сигнал несет информацию только о

звуке, во втором - о звуке и изображении) и в общности аудитории. Оба канала имеют возможность прямого обращения практически к неограниченной аудитории.

Специфические особенности телевидения как средства массовой коммуникации активно используются для воздействия на широкую аудиторию. Теле- и радиосообщения требуют значительно меньшего напряжения и усилий для понимания и восприятия информации, чем при чтении. Воздействие “живой” речи и “живого” изображения усиливает эффект внушения. В этой связи, безусловно, велика роль дикторов и ведущих политических телепрограмм. Во-первых, 90% политической информации к нам поступает через зрение. Во-вторых, большинство телеканалов контролируется государством (или крупными собственниками) и передачи обычно явно отражают их точку зрения. В-третьих, сообщение диктора, ведущего может выглядеть объективным в том смысле, что оно не содержит выражения одобрения или неодобрения, но его вокальные дополнения, интонация и многозначительные паузы, а также выражение лица часто имеют значительный эффект.

С приходом регулярного телевидения радио не утратило своих позиций. Социологические исследования начала 2010 г показали, что его аудитория оставалась стабильной, а в ряде мест в связи с совершенствованием системы проводного вещания и распространения транзисторных приемников даже росла.

Телевизионная информация воспринимается иначе, чем то же сообщение, напечатанное в газете или переданное по радио. Обуславливается это тем, что, знакомясь с информацией в прессе, читатель знает, что она прошла через призму восприятия, а значит, и мнения определенных людей. А то, что зритель видит на экране, воспринимается им непосредственно. Срабатывает “эффект присутствия”. Телезритель становится не только очевидцем того или иного события, но и как бы его соучастником, а потому воспринимает информацию с большим доверием, нежели прочитав ее в газете или услышав по радио. Именно поэтому результаты многочисленных опросов, проводимых в различных странах, одинаково свидетельствуют о том, что аудитория СМК считает телевидение самым объективным и наиболее полно информирующим.

Одна из важных специфических особенностей телевидения заключается в возможности непрерывной передачи аудиовизуальной информации. Так, начиная с нескольких часов ежедневной работы, некоторые телевизионные программы достигли предела продолжительности - круглосуточного вещания. (Пионером стала Си-эн-эн в 1980 г.)

Главным качеством всех технических средств массовой коммуникации является способность удовлетворять информационные потребности каждого отдельного человека и общества в целом. Все многообразие передаваемой по ТВ информации концентрируется в новостях, которые по праву счи-

таются “лицом телевидения”. Видеть и показывать жизнь такой, какая она есть, давать максимально полную информацию о текущих событиях - все это во многом предопределило популярность теленовостей.

Информационные выпуски, освещающие последние новости, составляют основу ежедневной сетки телевизионного вещания. Они выходят в эфир в одно и то же определенное время, а все остальные телепередачи размещаются в интервалах между ними. Именно эти, регулярные, преимущественно политические, передачи новостей в значительной степени формируют у аудитории соответствующие политические взгляды, установки, ориентиры и ценности. Другие политические программы, по сути, направлены на углубление и закрепление этих установок и ориентиров.

Значение телевидения сегодня столь велико, что та политическая сила, которая имеет на нем преимущественные позиции, скорее всего, будет господствовать и в общественно-политической жизни в целом. Трудно переоценить и роль телевидения во время избирательных кампаний. Тот претендент в политические руководители, который может чаще и лучше использовать голубой экран ТВ, получает значительное преимущество перед соперником. Анализ роли СМИ в осуществлении политики приводит к следующим выводам:

1) ни одна общественно-политическая группа (институт) не добьется значительных успехов в открытой политике, если не будет иметь возможность ее апробации на телевидении и других СМИ;

2) ни один кандидат в представительные общенациональные политические органы не будет иметь серьезных шансов на избрание, если не сможет использовать, прежде всего, ТВ;

3) группы опытных политических имиджмейкеров, используя возможности телевидения, могут “повысить” стартовый рейтинг способного политика или кандидата в политики не менее чем на 15% - 17%. Особо велика роль телевидения в формировании общественного мнения: аудио-визуальное изображение тех или иных явлений, событий по-новому могут оказать действие.

Как показывают результаты многих социологических и социально-психологических исследований, постоянные сообщения телевидения об отклоняющихся от общепринятых в обществе норм явлениях и событиях, подаваемых, как правило, сенсационно, порождают у читателей, слушателей, зрителей беспокойство и страх перед нарушением привычного миропорядка, привычного течения жизни, страх за свое место в обществе, за свое будущее и т.д. В то же время факты свидетельствуют, что у людей, слишком часто прибегающих к услугам СМИ, более легко вырабатываются негативные установки относительно окружающего мира. Так, дети, которые часто и много смотрят передачи, напичканные насилием, убеждаются в том, что в мире, в котором они живут, много насилия, беспор-

рядка, права сильного и т.д. Они склонны с большей готовностью примириться с этими негативными явлениями, рассматривать их не как отклонение от нормы или результат дисфункций общественной системы, а как ее неотъемлемую, интегральную часть.

Телевидение является частью современной действительности со всеми ее противоречиями, конфликтами, неурядицами и в той или иной форме воспроизводит их. Поэтому потоки информации состоят из множества противоречивых, зачастую несовместимых друг с другом сообщений и материалов.

Один человек или отдельная группа людей не может ни голосовать за все партии или за всех кандидатов, ни покупать все рекламируемые товары, ни соглашаться со всеми предлагаемыми мнениями. Зачастую эти сообщения и материалы нейтрализуют друг друга. Несомненно, совокупность программ и материалов телевидения оказывает влияние на формирование общественного мнения, но не штампует его.

Таким образом, огромные возможности активного воздействия телевидения на политическое сознание и поведение граждан свидетельствуют о важнейшей роли «четвертой власти» в современном обществе. Некоторые исследователи даже говорят о грядущей эпохе «медиаократии» - власти телевидения которые не столько будут отражать и интерпретировать действительность, сколько контролировать ее по своим правилам и усмотрению.

Опыт истории показывает, что телевидение способно служить различным политическим целям: как просвещать людей, формировать в них чувство собственного достоинства, стремление к свободе и социальной справедливости, так и духовно поработать, дезинформировать и запугивать, разжигать массовую ненависть, сеять недоверие и страх.

#### Литература:

1. Ащеулов Д. Независимое TV как фактор демократии [Текст] / Д. Ащеулов // Слово Кыргызстана. - 2014. - 30 мая. - С. 6.
2. Брат мой – враг мой?: СМИ и внутривластные конфликты: Сб.ст. - Б.-М.: КРСУ, 2012.
3. Грачев М. Политическая коммуникация [Текст] / М. Грачев. - М., 2010.
4. Жумагулова Ш.Т. Влияние и роль СМИ на развитие социально-политических процессов в Кыргызстане [Текст] / Ш.Т. Жумагулова // Социальные и гуманитарные науки. - 2009. - № 3-4. - С. 182-185.
5. Журналистика в мире политики [Текст]. - Спб., 2004.
6. Задорин И. СМИ и массовое политическое сознание: взаимовлияние и взаимозависимости [Текст] / И.Задорин, Ю. Бутова. - М., 1999.
7. Исабаев Б.О. СМИ Кыргызстана в политико-коммуникационной системе страны [Текст] / Б.О. Исабаев. - Б., 2010.
8. Марков С. Медиаократия: СМИ как эффективное орудие власти в гонимом информационном обществе [Текст] / С. Марков. - М., 2004.

Рецензент: к.полит.н., доцент Каваев А.Б.