



теристике которых понятия «беспринципность», «признание насилия в качестве способа решения проблем», «отрицание права» занимают далеко не последнее место. В-шестых, исполнитель в силу уже названных причин чаще всего стремится к самостоятельному захвату ресурсов и не расположен признавать доминирующего положения заказчика, то есть того, в чьих интересах он действовал, учреждая государство, собственно после получения государственной власти. Соответственно, при учреждении государства велика вероятность построения институциональной системы, далекой от реальных нужд общества, поскольку их очень сложно вычленишь и определить. К тому же интересы сил, осуществляющих учреждения, могут не совпадать с массовыми ожиданиями и находиться в состоянии манипулятивного воздействия со стороны первых на последних. Таким образом, институциональный дизайн, как правило, находится вне прямой связи с массовыми ожиданиями и запросами.

Потенциально такого рода заказчики и исполнители всегда присутствуют в обществе, выход их на политическую сцену во многом зависит от эффективности действующей политической системы. Ждать от рядовых граждан проявления рациональности вряд ли приходится ввиду их очевидной некомпетентности в данной сфере. Общество всегда ожидает от государства,

как минимум, невмешательства в поиск каждым его членом собственного счастья, а как максимум – помощи в этом. Задачи достижения этого результата ложатся на плечи государственной власти. Соответственно, при изучении вопросов, связанных с учредительной властью, повышенное внимание необходимо уделить морально-психологическим, профессиональным качествам, интересам именно исполнителей и заказчиков подобного рода сложных социальных изменений.

Примечания

- 1 См.: Маслоу А. Г. Мотивация и личность. СПб., 1999.
- 2 См.: Сорокин П. А. Социология революции. М., 2005.
- 3 См.: Баталов Э. Я. Человек, мир, политика. Топология политических отношений. М., 2008. С. 77.
- 4 Образы российской власти: От Ельцина до Путина / под. ред. Е. Б. Шестопаля. М., 2009. С. 32.
- 5 См.: Вебер М. Политика как профессия и призвание. Политические работы, 1895–1919. М., 2003.
- 6 См.: Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия. М., 1995.
- 7 См.: Баталов Э. Я. Указ. соч. С. 60.
- 8 См.: Ницше Ф. Воля к власти. Опыт переоценки всех ценностей. М., 2005.

УДК 32.019.5 – 053.81

ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СМИ

С. Ф. Некрасов

Сибирская академия государственной службы, г. Новосибирск
E-mail: bondar4455@rambler.ru

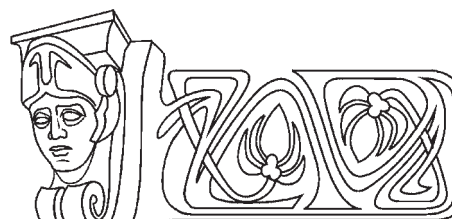
В статье проводится теоретический анализ политической результативности деятельности СМИ по воспроизводству общественного мнения молодежи. Автор утверждает, что результативность деятельности СМИ зависит от политического интереса молодежи и выражается в ее политическом поведении.

Ключевые слова: политическая результативность, эффективность и действенность, деятельность СМИ, воспроизводство общественного мнения, политический интерес, политическое участие, молодежь.

Political Efficiency of Mass Media Activity

S. F. Nekrasov

The article gives a theoretical analysis of political efficiency of mass media activity in reproducing the public opinion of the youth. The author



argues that the efficiency of mass media depends on the political interest of young people and is expressed by their political behavior.

Key words: political efficiency, efficacy and performance, mass media activity, reproduction of public opinion, political interest, political involvement, youth.

При оценке итогов деятельности средств массовой информации исследователи используют понятие «результативность». Результативность – характеристика принципиально относительная, зависящая от того, какие показатели с какими соотносятся. Результативность всегда конкретна, и надо знать, о каком ее виде идет речь в каждом конкретном случае или какой ее вид наиболее важен применительно к конкретной исследовательской ситуации и задаче. Следует помнить,



что нет результативности «вообще» – ее содержание всегда конкретно в ее относительности. В случае с молодежными СМИ это обстоятельство особенно важно.

Исследуя средства массовой информации, следует иметь в виду два типа результатов их деятельности. Они напрямую связаны с двумя типами стоящих перед ними целей: 1) последовательно добиваться положительных результатов при воздействии на мнение студенческой молодежи; 2) целенаправленно отстаивать политические интересы молодежи при влиянии на политические институты. В связи с этим в науке различают понятия «эффективность воздействия СМИ на аудиторию» и «действенность публикаций прессы при влиянии на органы власти».

Таким образом, результативность СМИ складывается из эффективности и действенности. В эти синонимичные, на первый взгляд, понятия исследователи вкладывают разный смысл. Журналистский текст может быть обращен и к студенческой аудитории, и к политическому институту. Об эффективности СМИ говорят, когда речь идет о воздействии на молодежную аудиторию. Под действенностью понимают воздействие на принятие решений и мер различными социальными институтами. Практика показывает, что большая часть материалов СМИ обращена в оба «адреса», и таким образом они обладают тем или иным уровнем и эффективностью, и действенностью.

Следует отметить, что деятельность по воспроизводству общественного мнения является деятельностью целеполагающей. Редакции средств массовой информации всегда ставят перед собой определенную цель, причем успех деятельности определяется степенью реализации этой цели. Поэтому результативность можно определить как отношение результата к цели (результативность = результат / цель). Следовательно, эффективность деятельности СМИ – это результат достижения цели при воздействии на общественное мнение молодежи (эффективность = результат формирования общественного мнения / цель формирования общественного мнения). Эффективность воздействия СМИ на молодежь тем выше, чем в большей степени результаты соответствуют целям.

В свою очередь, действенность – это результат реализации государственными и политическими институтами политических требований студенческой молодежи, которые нашли свое выражение в публикациях периодических изданий (действенность = результат выражения общественного мнения / цель выражения общественного мнения). Действенность выступления прессы тем выше, чем в большей степени полученный результат соответствует поставленным целям. Средства массовой информации, в отличие от первых трех ветвей власти, обращает внимание П. Н. Киричк, «не могут кому-либо указать или

приказать, что-либо дать или отобрать. Они могут публицистическими средствами одобрить или осудить политические факты, события, явления и морально-побудительными настояниями понудить властный институт к разумному, с ее точки зрения, действию. Оружие прессы – авторитет публицистического слова»¹. Содержащиеся в материалах СМИ предложения, советы, рекомендации и требования не должны «пропадать» для социальной практики. Их изучение и реализация должностными лицами и организациями, ответственными за конструктивное реагирование на выступление прессы, – это ответная реакция на обращения молодежной аудитории.

Отправной точкой теоретического анализа и практического измерения политической результативности, как мы склонны полагать, является определение цели деятельности редакций газет и журналов по воспроизводству общественного мнения. Вне определения цели постановка вопроса о результативности бессмысленна. Высокий уровень результата и, соответственно, высокая степень политической результативности в значительной степени зависят от верной, четкой, реалистической постановки политической цели, которая решается средствами массовой информации в течение определенного времени с ориентацией на данную студенческую аудиторию. Поэтому с определения цели начинается всякая деятельность по результативному журналистскому воздействию на общественное мнение и поведение молодежи и политиков.

Важным моментом в определении окончательной цели является вопрос о масштабе, иерархии, соотношении возможных целей. И. Фомичёва писала: «Цели деятельности СМИ в целом и цель отдельного журналистского выступления не однопорядковы. В зависимости от масштаба деятельности оказывается конкретность, длительность цели, ее соотношение с целями других уровней, субординация с единовременными целями»². Следовательно, характеризуя политическую эффективность деятельности СМИ, можно вести речь как о промежуточных целях журналиста, связанных с созданием отдельного произведения, так и о стратегических целях всей системы СМИ по формированию общественного мнения и направленности поведения студенческой молодежи.

В практической работе перед средствами массовой информации неизменно возникает необходимость формулирования цели, то есть оптимального словесного выражения объективной потребности и студенческой молодежи, и политических институтов. Цель, будучи субъективным предвосхищением желаемого результата, вырабатывается и формируется субъектами политики. Если при этом недостаточно ясны объективные основы целеполагания или недостаточно уточнены реальные предпосылки, выдвигаемая цель может иметь в своем содержании те или иные неточности или даже носить субъективный характер. Поэтому



сама постановка цели нуждается в серьезном обосновании и проверке точности ее определения.

Следует подчеркнуть, что цели деятельности печатных СМИ по воспроизводству общественного мнения производны от лежащих в их основе интересов как объекта, так и субъекта. Рассуждая о механизме влияния интереса на выработку цели общественно-политической деятельности, Л. Е. Ильичёва подчеркнула: «...политический интерес – это избирательное отношение человека к каким-либо политическим явлениям, событиям, процессам, политической деятельности, основанное на его мировоззренческих принципах, убеждениях, установках. Это тот внутренний осознанный источник политического поведения, который побуждает человека к постановке определенных политических целей и конкретным политическим действиям для их достижения»³.

В связи с этим результативность периодических изданий определяется соотношением цели их деятельности с интересами и субъекта, и объекта. «Появление у социального субъекта интереса к кому-либо или к чему-либо, – заметила А. Н. Гончарова, – создает основу для постановки промежуточных и конечных целей его деятельности, оценки окружающей действительности с позиции поиска оптимальных условий реализации целей и удовлетворения имеющихся потребностей»⁴. СМИ имеют дело с большим количеством разнообразных носителей интересов (государственные структуры, политические партии, общественные организации, группы интересов), которые имеют сложно переплетенные разноуровневые и разнокачественные интересы. Отсюда и многообразие целей, которые стоят перед редакциями периодических изданий.

Подчеркнем, что, определяя цель как основание для расчета эффективности и действенности выступлений периодических изданий, необходимо учитывать интересы субъектов политики, прежде всего в политической информации, а также реальную возможность удовлетворения этих интересов в данное время. В аналитическом докладе Научного центра социально-экономического мониторинга Республики Мордовия по этому поводу говорится: «Применительно к журналистской деятельности эффективность СМИ определяется степенью реализации поставленных общезначимых целей с учетом объективных информационных потребностей аудитории»⁵. Если учитывать современную реальность, утверждает А. Е. Зимин, «пресса в подавляющем большинстве случаев – представитель интересов, посредник в большой политической игре за власть. Она может отражать интересы государства, являясь его собственностью, либо выражать политические амбиции кругов, стремящихся к власти и обладающих достаточным капиталом для реализации своих намерений...»⁶. В такой ситуации моло-

дежи остается довольствоваться лишь тем, что ей «перепадет» от общего «информационного пирога».

Результатом, которого добиваются средства массовой информации в своей деятельности, являются эффекты – конкретные изменения в сознании и поведении и молодежи, и представителей властных структур. Каждое воздействие СМИ дает определенный эффект – больший или меньший, положительный или отрицательный, преднамеренный или непреднамеренный, прямой или косвенный результат. Среди последних особое место занимают нежелательные эффекты, как отмечал Е. Прохоров, «...результат журналистской деятельности при рассмотрении ее эффективности характеризуется объемом реальных позитивных изменений в состоянии сознания и определяемого им поведения аудитории. При этом под позитивными изменениями надо понимать и формирование новых элементов, и преобразование, развитие, обогащение в необходимом направлении уже имеющихся, и ликвидацию негативных, вредных, тормозящих развитие данного слоя аудитории»⁷. Аналогичные изменения происходят в сознании и поведении представителей властных структур.

Для СМИ очень важно определить точно полученный результат. Подчеркнем, что главным показателем продуктивной деятельности СМИ является конечный, а не промежуточный результат. К сожалению, сегодня А. А. Вилков замечает: «Реальные результаты заменяются постоянными технологическими коммуникационными эффектами, которые превращаются в самоцель, скрывают нереализованные программы, лозунги и обещания, отвлекают людей от действительных причин их бедственного положения и постоянных трудностей»⁸. И такая ситуация будет продолжаться, пока в обществе не назреет потребность в социально ответственной журналистике.

Итог воздействия средств массовой информации может зависеть от многих обстоятельств. «Каков бы ни был результат (позитивный, негативный, закономерный, случайный, задуманный или возникший под влиянием каких-то обстоятельств), – пишет Г. В. Атаманчук, – следует выявить условия, факторы, ресурсы и все иное, что способствовало его возникновению»⁹. Среди условий и факторов, определяющих эффективность и действенность воздействия СМИ, мы выделяем: социально-политическую позицию самого информационного средства и характер содержания его сообщений; круг авторов из молодежной среды и органов государственной власти; общественно-политические и социально-демографические характеристики аудитории, ее информационные потребности, интересы и предпочтения; социальные условия, в которых происходит коммуникация. На наш взгляд, действие этих условий и факторов в современных условиях



проявляется не в повышении, а в снижении результативности деятельности СМИ.

Так, в аналитическом докладе Научного центра социально-экономического мониторинга Республики Мордовия оценка экспертами деятельности российских СМИ несет негативную окраску. В докладе подчеркивается: «Среди главных факторов, влияющих на эффективность функционирования СМИ, эксперты выделили невысокий уровень профессионализма журналистов, влияние политической цензуры на объективность предоставляемой информации, заказной характер статей и телевизионных передач, отсутствие альтернативных точек зрения, однонаправленность информации и т.д.»¹⁰. Согласимся, что низкий уровень профессионализма журналистов, отсутствие всестороннего анализа проблем, односторонняя подача материала и другие факторы отрицательно влияют на эффективность деятельности СМИ.

Изучение проблем политической результативности функционирования СМИ одним из важнейших «выходов» имеет практическое значение: разработку общих требований к журналистской деятельности и формирование конкретных рекомендаций применительно к определенным социально-политическим условиям, состоянию аудитории, кадров журналистики и т. д. Знание потребностей и интересов аудитории, ее стремления получать информацию определенной проблематики, типа повествования, круга авторов, направленности дает основания для программирования эффективной работы по достижению высоких конечных результатов. Близость публикуемых материалов потребностям и интересам студенческой аудитории позволит установить и поддерживать с ней продуктивный контакт.

Примечания

- ¹ Киричек П. Н. Публицистика и политика: природа альянса. Саранск, 1995. С. 12.
- ² Фомичёва И. Социальные потребности и интересы – основа определения эффективности СМИ / Проблемы эффективности журналистики / под ред. Я. Засурского, З. Шумберы. М., 1980. С. 27.
- ³ Ильичёва Л. Е. Лоббизм и интересы предпринимательства. М., 2000. С. 12.
- ⁴ Гончарова А. Н. Проблема согласования общественных и личных интересов в процессе построения гражданского общества. М., 2001. С. 10.
- ⁵ Мониторинг в области повышения эффективности деятельности средств массовой информации Республики Мордовия / Аналит. докл. Науч. центра соц.-экон. мониторинга Респ. Мордовия [О. А. Богатова, О. В. Белянина, А. А. Зинин и др.]. Саранск, 2008. С. 28.
- ⁶ Зимин А. Е. Взаимодействие государственной власти и средств массовой информации в современной России : автореф. дис. ... канд. полит. наук. Ставрополь, 2005. С. 23.
- ⁷ Прохоров Е. Понятие эффективности журналистики / Проблемы эффективности журналистики / под ред. Я. Засурского, З. Шумберы. М., 1980. С. 23.
- ⁸ Вилков А. А. Мифологический фактор в современной российской политике // Мифология политической власти : материалы науч. семинара, 18–19 нояб. 2002 г. / редкол.: Н. И. Шестов (отв. ред.) [и др.]. Саратов, 2003. С. 13.
- ⁹ Атаманчук Г. В. Управление: сущность, ценность, эффективность. М., 2006. С. 375.
- ¹⁰ Мониторинг в области повышения эффективности деятельности средств массовой информации Республики Мордовия... С. 30.

УДК 316.344.42

О ПОНЯТИЙНО-КАТЕГОРИАЛЬНОМ АППАРАТЕ СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКОЙ КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОГО РИСКА

А. В. Юдин

Саратовский государственный университет
E-mail: yudinav86@list.ru

В предлагаемой статье определяется понятийно-категориальный аппарат социально-философской концептуализации геополитического риска. Особое внимание уделяется понятиям «коллективное сознание», «социальное пространство» и «социально-политическая деятельность».

Ключевые слова: политика, геополитика, риск.



About Conceptual and Categorical Apparatus of the Socio-philosophical Conceptualization of Geopolitical Risk

A. V. Yudin

In this article we defined concepts and categorical apparatus of the socio-philosophical conceptualization of geopolitical risk. Particular