

Медиакратия в современных политических процессах

Научный руководитель – Анастасов Александр Иванович

Сазонова Вика Эдуардовна

Выпускник (магистр)

Донецкий государственный университет, Исторический факультет, Кафедра
политологии и государственного управления, Донецк, Россия

E-mail: anders.rosenkranz@inbox.ru

В современной политике СМИ вышли за рамки своей традиционной роли посредника между общественностью и политическими институтами. Феномен медиакратии – системы, в которой СМИ обладают значительной властью над политическим дискурсом и процессом принятия решений, – изменил политический ландшафт. В отличие от традиционной политической системы, где власть распределена между политическими институтами в стране, медиакратия централизует политический ресурс и своё влияние в медиаконгломератах, алгоритмах социальных сетей и журналистике, формирующей повестку дня.

Основу появления феномена медиакратии в политологической науке составили несколько теорий:

Теория формирования повестки дня (М. Маккомбс и Д. Шоу): эта теория предполагает, что СМИ определяют, какие политические вопросы привлекают внимание общественности, эффективно формируя национальные приоритеты [4].

Теория фрейминга (Р. Энтман): СМИ не только выбирают темы, но и влияют на то, как общественность их воспринимает, делая акцент на одних аспектах и преуменьшая значение других [3].

Теория медиатизации (Дж. Маццолени и В. Шульц): политика всё больше подстраивается под логику СМИ, отдавая предпочтение зрелищности, персонализации и сенсациям, а не содержательным дебатам [2].

Данные теории показывают, что СМИ, на самом деле, не просто пассивный канал передачи информации, а активный участник политических структур власти.

Современная медиакратия имеет несколько ключевых характеристик. Самая значимая из всех определяет СМИ как четвертую власть за её пределами. Ранее СМИ рассматривались как «четвёртая власть», обеспечивающая подотчётность правительства, однако в условиях медиакратии роль СМИ выходит за рамки надзора и включает активное участие в политике, влияя на результаты выборов, законодательные приоритеты и стратегии управления.

Стоит отметить, что ни один политический процесс внутри страны не происходит без освещения его в СМИ. Медиа принимают участие в организации «цветных революций», наиболее известные примеры - революция в Украине 2004 г., а также украинский политический кризис 2014 г., революция в Грузии 2003 г. Оппозиционные газеты, теле- и радиостанции финансировались западными фондами через неправительственные организации [6]. Кроме непосредственного участия в политической жизни стран, СМИ могут трансформироваться в посредников, благодаря которым происходит коммуникация между участниками политических событий, как это было в случае серии протестов в арабских странах под названием «Арабская весна» в 2010-х гг.

Происходит персонализация политики. Политические лидеры должны создавать свой образ в СМИ. Российские политические лидеры, европейские и американские политики получают влияние благодаря прямому взаимодействию с аудиторией в социальных сетях и стратегическим манипуляциям в СМИ [1].

Эрозия традиционных политических институтов также становится распространённым явлением. По мере того, как СМИ определяют политический успех, традиционные институты, такие как политические партии, законодательные органы и организации гражданского общества, теряют влияние. Политическая легитимность больше не зависит в первую очередь от доверия к институтам, а определяется популярностью, создаваемой СМИ.

Хотя медиакратия может повысить политическую активность, сделав информацию о политических процессах более доступной, она также сопряжена со значительными рисками. Появляются угрозы независимости СМИ, когда правительства и корпорации оказывают всё большее влияние на СМИ, стирая границы между журналистикой и политической пропагандой. Так, по словам Президента России В. В. Путина США контролируют все мировые СМИ, а также большую часть европейских медиа [5].

Происходит рост популизма и политики постправды: политики используют СМИ, чтобы обойти институциональные проверки, прибегая к эмоциональным призывам и дезинформации для получения поддержки.

Таким образом, явление медиакратии приобретает всё большее значение с каждым годом и с каждым новым витком развития СМИ. Медиакратия изменила современную политику, оказывая влияние на глобальный мир, политические решения и общественное мнение с помощью традиционных СМИ и социальных сетей. Медиакратия стала «четвертой властью», замещая остальные инструменты управления политическими процессами.

Источники и литература

- 1) Бодрунова С.С. Медиакратия: современные подходы к определению термина / С.С. Бодрунова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. 2012. №3. С. 203-215
- 2) G. Mazzoleni, W. Schulz. «Mediatization» of Politics: A Challenge for Democracy?// Political Communication, 1999. p. 247-261
- 3) Entman R.M. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. // Journal «Communication», 1993. p. 8
- 4) McCombs, M.E., and Shaw, D. L. The agenda-setting function of mass media. // Public Opinion Quarterly, 1972. p. 176-187
- 5) Путин заявил, что США контролируют все мировые СМИ: <https://tass.ru/politika/19942529>
- 6) «Пиарщики» США оказывали поддержку «оранжевой революции»: <https://ria.ru/20050209/23054970.html>