

СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В ПРОЦЕССЕ СТАНОВЛЕНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

С. Ю. ЛISOVA

*Ивановский
государственный
энергетический
университет*

e-mail: aist@hotmail.ru

В статье оцениваются возможности средств массовой коммуникации (СМК) в изменяющемся социуме, анализируется роль института масс-медиа как механизма согласования государственных, общественных, частных интересов и достижения общественного консенсуса в процессе построения гражданского общества. Рассматриваются современные векторы развития коммуникационных структур. На примере результатов контент-анализа СМИ и проведенных автором исследований показано влияние медиа-материалов на массовое сознание и процессы формирования структур гражданского общества. Предлагаются способы трансформации среды функционирования государства и общества.

Ключевые слова: масс-медиа, инфокоммуникации, информационное общество, сетевые коммуникации, электронные СМИ, медиа-политическая система, политическая культура, социальный контроль.

Процессы политической интеграции и модернизации политической системы России актуализируют идею становления гражданского общества¹. Основные формы его существования и перспективы развития составляют проблемное поле современной политической науки. Вопрос о реальности гражданского общества выходит за рамки исключительно теоретического исследования и предполагает изучение практики, что и является целью данной работы, в которой анализируются возможности института масс-медиа как механизма согласования государственных, общественных, частных интересов и достижения общественного консенсуса в процессе построения гражданского общества.

В качестве категории, детерминирующей поведение человека и раскрывающей социальную сущность его личности, выступает набор потребностей. Потребность в общении относится к числу базовых и реализуется посредством коммуникаций: межличностной, специальной и массовой. Коммуникация (лат. *communicatio* – сообщение, передача) представляет собой смысловой и идейно-содержательный аспект социального взаимодействия. В качестве основной функции коммуникации выступает достижение социальной общности при сохранении индивидуальности каждого ее элемента.

Российская научная рефлексия последнего периода концентрируется на эволюции общественных отношений, связанной с развитием коммуникаций. Актуальность исследования коммуникативного аспекта продиктована, прежде всего, изменением значения коммуникативных процессов и технологий в различных общественных сферах, развитием средств коммуникации, так называемым «взрывом коммуникации». Всеобщие процессы технологизации и автоматизации человеческой деятельности обусловили смещение центра тяжести с области производства на управленческую среду. Научно-технический прогресс, позволивший реализовать массовое тиражирование больших объемов вербальной, образной и музыкальной информации, обусловили изменения коммуникативного механизма общества. Конструирование семиотических, знаковых и языковых средств позволило открыть горизонты для искусственно-технического отношения к коммуникации, создания новых ее форм, в том числе массовой коммуникации.

¹ Актуализация вопроса гражданского общества проявляется не только в научной литературе, но и в политической практике. Так, Президент России высказал тезис о необходимости всестороннего поддержания и развития структур гражданского общества в государстве (Программа «Время» от 16.04.2009 г.)



По определению Д.В. Ольшанского, *массовая коммуникация* – это особая среда формирования, распространения и функционирования социально-значимой информации, целями которой является воздействие на социальные группы и отдельные личности². Специфика данного вида коммуникации может быть обозначена следующими параметрами: 1) надличностный характер, т.е. общение складывается на базе ретинальной информации; 2) опосредованность, т.к. общение происходит, главным образом, через СМИ и другие технические средства; 3) социальная ориентация, поскольку цель массовой коммуникации – воздействие на социальные группы; 4) институциональность, обусловленная созданием символов «коммуникационным институтом», т.е. группой лиц, осуществляющей наполнение, редактирование, цензуру, озвучивание; 5) анонимность и массовость аудитории; 6) однонаправленность и фиксированность коммуникативных ролей, выраженная в ограниченности обратной связи или возможном её отсутствии.

Интеграционные процессы в сфере технологии, политики, экономики и культуры обусловили приоритет массового вида социальной коммуникации. Если общая коммуникативная модель имеет трехзвенную структуру: коммуникатор – сообщение – реципиент, то в массовой коммуникации сообщение не имеет конкретного адресата, поскольку посредством СМИ информация найдет своего потребителя в любом случае. В данных отношениях коммуникатор играет активную роль и может создавать виртуальную реальность для аудитории либо создавать ощущение утраты реальности. Отношения между аудиторией и СМИ выстраиваются по сценарию введения в зависимость. С одной стороны, существует объективная заинтересованность масс-медиа в слушателях, зрителях, читателях, с другой стороны, СМИ – главный источник информации для основной массы населения. Общество, состоящее из слоёв, классов, страт, создаёт некие коммуникационные коды. Единство кодов различных социальных групп обеспечивает эффективность коммуникации. СМИ выполняют функцию раскодировки среды, «поскольку медиа-система настолько гибка, что адаптирована для послания любого сообщения любой аудитории»³. Таким образом, возможность влияния на неограниченную аудиторию и управления ею, минимизация затрат по передаче информации и оперативное реагирование на любое событие, произошедшее в мире, предопределили активное использование средств массовой коммуникации (СМК) экономическими и политическими акторами.

Исследуя возможности СМК, и в частности их значение в сфере управления общественными процессами, представляется необходимым оценка эффективности их деятельности в процессе регуляции взаимоотношений в системе «государство – общество». От качества символического пространства зависит развитие гражданского общества и обеспечение возможности построения конструктивного диалога его структур и институтов с властью. В связи с этим одной из приоритетных функций СМК и основных векторов общественного участия масс-медиа на современном этапе должна быть интеграция, т.е. формирование социума (массы) как субъекта социального действия, повышения его общественно-политической активности.

Обобщая различные определения понятия «гражданского общества», можно выделить следующие характерные черты данного института: 1) развитость экономических, правовых, политических, морально-этических, культурных отношений между его членами; 2) независимость от государства; 3) высокий уровень политической и правовой культуры граждан; 4) возможность влияния на деятельность государственных структур.

Задача масс-медиа в процессе построения гражданского общества состоит в возможности формирования плюрализма мнений, отстаивания общественных ценностей и интересов и влияния на принятие решения любого уровня. Достижение

² Ольшанский Д.В. Психология масс. СПб., 2001. С. 292.

³ Кастельс М., Киселёва Э. Россия и сетевое общество. Аналитическое исследование. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.socio.ru>.



данной цели на начальном этапе возможно путем спорадического закрепления диалоговых способов коммуницирования субъекта и объекта, обеспечивающее трансформацию среды функционирования государства и социума. Рассмотрим эффективность деятельности СМК на современном этапе по каждому из означенных выше направлений.

Влияние СМИ на развитие общественных отношений. Рациональное управление процессом информатизации подразумевает разработку стратегических целей и задач социально-экономического роста, внедрение эффективных технологий регуляции общественной жизни и обеспечивает стабильность и устойчивость ее развития. По мнению С.А. Дятлова, законы организации и существования социально-экономических систем обусловлены, прежде всего, законами информации. Анализ таких понятий как порядок, хаос, организация, стихийность, управление, самоорганизация наиболее плодотворен в рамках исследования сложных систем с точки зрения выявления специфики их как информационных взаимосвязей и взаимоотношений, контролируемых определенными субъектами⁴. Таким образом, информационное взаимодействие осуществляется не стихийно, а представляет собой процесс, программируемый и управляемый субъектом. В силу этого субъект должен осознавать характер своих действий и быть ответственным за последствия принятых решений. С этой точки зрения автору показалось оправданной необходимостью специального анализа материалов прессы⁵ на предмет соотносимости освещаемых ими социально-политических и экономических проблем с действительностью.

Социальная природа института СМК такова, что они представляют собой мобильную и универсальную систему регуляции жизни социума. Влияние масс-медиа на процесс социализации можно проследить, проанализировав модальность информации, подаваемой в СМИ. Наибольший объем (95% в центральной прессе и 93% – в региональной) занимают информационные факты, ориентированные на реальные события, имеющиеся в действительности; 2% как общероссийских так и региональных материалов закреплены за вероятными и возможными событиями (планы, обещания, перспективы); 3% и 5% статей в центральных и местных изданиях соответственно интерпретируют положения о должном и необходимом, не имеющимся в действительности (к ним относятся обязательства и рекомендации). Полученные результаты, с одной стороны, объективны, поскольку масс-медиа являются средствами оперативного и злободневного освещения событий. С другой стороны, невысокий процент материалов, аккумулирующих планы, решения, обязательства, рекомендации, говорит либо о недостаточном профессионализме политика в области управления различными общественными процессами, либо об умышленном сокрытии части информации во избежание последующей ответственности.

Ответственность, как философско-социологическая категория, отражает характер взаимоотношений субъектов с точки зрения сознательного осуществления предъявляемых к ним взаимных требований. В реальности подобные требования не сформулированы. В массовом сознании ответственность носит патерналистский оттенок и сводится к заботе, благотворительности со стороны государства, корпораций и т.д. Отсутствие четких критериев ответственности и ее персонификации позволяют актерам не выходить за минимальные, законодательно определенные рамки регулирования общественных отношений. Коммуникатора или заказчика интересует, прежде всего, результат, который воплощается в удовлетворении собственных потребностей. Этика оказывается за рамками коммуникативного процесса и уступает место материальной выгоде. В качестве иллюстрации данного тезиса выступает в частности

⁴ Дятлов С.А. Методология управления социальными процессами в информационном обществе // Новая политика для новой экономики: альтернативы рыночному и консервативному фундаментализму: Сборник международной научной конференции 22-23 мая 2003 г., Москва. М., 2003. С. 311.

⁵ В качестве объекта исследования были выбраны следующие издания: центральные газеты – «Российская газета» и «Известия»; региональные газеты – «Ивановская газета», «Иваново-Вознесенск» в период с апреля по июнь 2007 года.



феномен социальной рекламы. Социальная реклама является одним из коммуникативных инструментов формирования в обществе моделей поведения. Благодаря выполняемым функциям, а именно способности привлечь внимание к социальным проблемам и ориентация на общечеловеческие ценности, социальная реклама становится неким универсальным феноменом в становлении и развитии гражданского общества. Этим обстоятельством диктуется повышенный спрос на социальную рекламу со стороны государства: последние изменения рекламного законодательства касаются установления минимального количества рекламного времени и затрат из бюджета на размещение социальной рекламы. Однако коммерциализация публичной сферы может вызвать негативные последствия, дискредитировав имидж института социальной рекламы в глазах общества, поскольку она используется как средство манипуляции в интересах политических и коммерческих заказчиков.

По утверждению Ж. Бодрийяра, современное производство как производство знаков уделяет особое внимание «средствам производства»⁶. В контексте коммуникации основным средством производства являются масс-медиа. Ж. Бодрийяр отмечает: «Характерной чертой масс-медиа является то, что они предстают в качестве антипроводника, что они нетранзитивны, что они антикоммуникативны, – если мы примем определение коммуникации как обмена, как пространство взаимосвязи слова и ответа, а следовательно и ответственности, – что они вовсе не обладают психологической и моральной ответственностью...»⁷.

Информационное общество меняет ощущение и восприятие мира, на основе которых формируются взгляды человека. «Информация – это не просто еще одна характеристика общества, это качественное изменение всей среды обитания человека»⁸. Поток информации, обрушивающийся на современную аудиторию, столь разнообразен, насыщен и хаотичен, что не позволяет реципиентам систематизировать и глубоко осмыслить ее. Для упрощения потребления информации внимание участников концентрируется на отдельных фрагментах подаваемого материала. Это могут быть призывные заголовки, краткие эссе и аннотации, сопровождающие материал, манипуляция цветом, шрифтами и т.д. В результате посредством коммуникационных каналов в аудиторию поступают уже готовые клеши, схемы, алгоритмы поведения, что, в свою очередь, облегчает восприятие, поскольку не требует переосмысления. Подобные тенденции мы можем наблюдать и в других сферах, например, в системе образования, где превалируют Интернет, учебники, краткие пособия и словари, содержащие концентрат научных знаний и ограничивающие возможность глубинного анализа.

Развитие электронных СМИ, сетевых коммуникаций, повсеместный переход на цифровые стандарты, кодировка и декодировка информации формируют своеобразное «цифровое» массовое сознание. Особенностью данного процесса является то, что человек не стремится что-либо познать, осмыслить, проанализировать. Потребностью для него выступает простой сбор различной информации, при том в абсолютно сжатом, концентрированном виде. Происходит сращивание категорий «знание» и «информированность», «осведомленность». Учитывая обилие информационных потоков, многие из которых служат фоном или семантическим шумом, необходимая информация либо забывается, либо остаётся невостребованной. По утверждению А.Б. Бутенко, «в итоге распространяется фрагментарная экранная культура, создающая мозаичность восприятия информации, вызывающая трудности с концентрацией внимания, невозможность для зрителя, слушателя, читателя на чем-то надолго сосредоточиться, выстроить логику, наконец, поразмышлять»⁹. Отсутствие необходи-

⁶ Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа // Поэтика и политика. М.; СПб., 1999.

⁷ Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа. С. 201.

⁸ Бутенко А.Б. Социальная динамика деятельности и ее отражение в социологических исследованиях // Российское общество на рубеже веков: штрихи к портрету. М., 2000. С. 11.

⁹ Бутенко А.Б. Социальная динамика деятельности и ее отражение в социологических исследованиях. С. 13.



мой фильтрации поступающих сведений, их логического и критического осмысления препятствует формированию собственных позиций и взглядов человека. Данное обстоятельство негативно сказывается на развитии в государстве оппозиции. Дефицит оппозиции является признаком слабости демократических устоев, а следовательно и неразвитости социально-организованных структур.

Контент-анализ материалов, представленных в федеральных и региональных СМИ, показывает, что акторы используют коммуникационные каналы исключительно в собственных интересах. В масс-медиа генерируются и циркулируют доминирующие трактовки происходящих событий, наблюдается повышенное внимание к представителям истеблишмента. В результате коммуникация приобретает асимметричный характер, а общественная дискуссия перерастает в монолог, сужая тем самым возможность выбора для участников коммуникативного процесса.

Независимость институтов гражданского общества от государства.

По словам видного западного философа Ф. Фукуямы, демократия это феномен культуры и потребность в ней формируется только внутри самого общества¹⁰. Процессы становления институтов гражданского общества и локальная спонтанная коллективная самоорганизация граждан реципрокны. Развитие российского гражданского общества находится в зачаточном состоянии, присутствуют лишь отдельные его элементы. К примеру, по данным органов юстиции на территории Ивановской области зарегистрировано более 650 некоммерческих общественных организаций (НКО). Помимо них огромный пласт составляют объединения граждан, не имеющие статус юридического лица. В то же время, обзор материалов СМИ позволяет констатировать дефицит информации о профсоюзах, общественных объединениях и движениях. Отсутствие подобной информации препятствует популяризации их деятельности и негативно отражается на их финансовом обеспечении. В сложившихся обстоятельствах население не только не проявляет общественно-политической активности, но порой сознательно избегает участия в мероприятиях подобного рода. Как следствие этого мы наблюдаем возрастающий абсентеизм, отсутствие элементов рационального выбора при решении вопросов государственного и муниципального значения, низкий кредит доверия, выдаваемый власти и политическим партиям. Необходимо отметить, что отказ законодателя от порога явки избирателей на выборах наглядно демонстрирует отношение государства к данным процессам. По утверждению А.Д. Трахтенберг: «Представители властных структур склонны рассматривать электорат как «население», которое по определению является объектом воздействия со стороны органов власти, а не партнером, и тем более – не самостоятельным субъектом действия»¹¹.

Провозглашая независимость структур гражданского общества от государства, необходимо отметить, что процессы их формирования в отдельных случаях инициированы самим государством, например, политические партии, общественные движения, общественные палаты, армейские родительские комитеты и др. Названные институты призваны аккумулировать и агрегировать наиболее актуальные общественные требования и доносить их до структур, принимающих политические и правовые решения. В действительности происходит сращивание общественных и политических субъектов. Так, Общественная палата Ивановской области сформирована путем назначения ее членов Губернатором (50 %) и Областной Думой (50 %). Критерии, используемые её при формировании, широкой общественности представлены не были, а, следовательно, функция представительства данным институтом в полной мере не выполняется.

Подобные тенденции прослеживаются и в информационной среде. Современная медиаполитическая система России характеризуется высокой концентрацией государственных и муниципальных СМИ. Таким образом, информационный выбор ос-

¹⁰ См.: Лужков Ю. Условия развития российской цивилизации // Стратегия России. 2006. № 12. С. 20.

¹¹ Трахтенберг А.Д. СМИ и политика: региональный электорат и региональные средства массовой информации // Полис. 2004. №8. С. 115.



новой массы населения (объекта управления) ограничивается вариантами, которые предлагаются относительно постоянной группой лиц, а независимость института СМК от управленческих структур сильно преувеличивается.

Относительно самостоятельные масс-медиа, безусловно, присутствуют как на федеральном так и на региональном уровнях, но они не обладают достаточными техническими либо кадровыми характеристиками для оказания качественных информационных услуг и обеспечения доступа к ним широкой общественности. В итоге мы получаем «низкопробные» программы и статьи, которые не вызывают интереса у потребителя, а порой даже раздражают его. Поэтому такое демократическое завоевание как свобода слова не всегда воспринимается в качестве блага для российского государства. По результатам фокус-группы, проведённой автором с целью выяснить отношение аудитории к функционирующим в регионе СМИ, оказалось, что аудитория выступает за введение ряда ограничений для масс-медиа, а отдельные представители говорят о необходимости жёсткой цензуры. По мнению автора, данные показатели свидетельствуют об инфантилизме психологии российского социума, когда индивиды не могут решить вопрос о том, что им смотреть, слушать или читать, полагаясь на мнение государственной инстанции. В таких условиях возможна лишь симуляция процессов построения гражданского общества и рождении социально-политических мифов о демократическом развитии России.

СМИ в процессе формирования политической и правовой культуры населения. Построение демократического государства не может быть ограничено только созданием совокупности демократических институтов и норм. Они приобретают смысл и необходимую устойчивость в контексте существующей политической культуры, т.е. ценностно-нормативного измерения, влияющего на политическое поведение. Современная политическая и правовая культура России инвалидирована фрагментарностью, поскольку в обществе отсутствуют единая система ценностей, согласованные процедуры разрешения конфликтов и достаточно велика доля государственного вмешательства в различные сферы деятельности. По результатам исследования¹² большинство российского населения (56 %) разделяют пассивную культуру или культуру наблюдателей, которая характеризуется высоким уровнем интереса к политическим процессам и низким уровнем участия в политических акциях/мероприятиях. Для сравнения в цивилизованных демократических государствах к данному типу культуры относится 2-6 % населения.

Оценка роли СМИ в процессе формирования политической культуры неоднозначна. В современном обществе функционирование масс-медиа определяется потребностями рынка, поскольку экономика доминирует над этикой и культурой. Анализ медиа-материалов показывает, что центральная пресса уделяет больше внимания внутренней и внешней политике (25,5% от общего числа материалов), а также социальному обеспечению, образованию, здравоохранению и спорту (25%). На страницах региональной прессы превалирует информация, ориентированная исключительно на потребительские интересы читателя (экономические новости – 27%) и сенсации (криминал, чрезвычайные ситуации – 20%). В силу этого информационные материалы, имеющие развлекательно-сенсационную направленность, формируют и закрепляют в обществе идеологию потребления, что не способствует оптимизации таких категорий как гражданский долг, ответственность, патриотизм и т.д.

Центральная пресса, в свою очередь, размещает сведения, рассматривающие читателя как члена определённой социальной группы, более широкой общности (этому посвящены разделы о политике, религии, социальной сфере). Следовательно, общероссийская пресса в большей степени, нежели региональная, является средством концентрации читательского интереса вокруг социально важных вопросов. Однако проведённый параллельно с контент-анализом прессы социологический опрос

¹² См.: Рукавишников В.О., Халман Л., Эстер П. Политические культуры и социальные изменения. Международные сравнения. М., 1998. С. 194.



показал, что читатели доверяют, главным образом, местным изданиям, считая их новости наиболее актуальными и объективными, что снижает силу воздействия центральных газет. В целом можно констатировать, что тематические пласты и центральных, и региональных газет схожи, изменяется только уровень освещаемой проблемы. Однообразность газетных материалов характерна не только для современного периода. Ещё Аристотель в своём трактате «Риторика» указал, что политические речи должны концентрироваться вокруг пяти главных категорий: «финансы, война и мир, защита страны, ввоз и вывоз продуктов и законодательство»¹³. Аналогичные правила использовались и западными масс-медиа в прошлом веке. Так У. Хёрст утверждал, что СМИ должны говорить со своей аудиторией «только о самосохранении, сексе и поддерживать тщеславие (*слушателей, зрителей, читателей – СЛ.*)»¹⁴.

Рассматривая прессу в качестве средства оперативного реагирования на происходящие явления и события, мы не можем исключить из поля зрения такую важную функцию СМК, как установления связи времен. СМИ формируют память социальной системы, поэтому должны содержать не только информацию о событиях современного периода, но также прошлого и будущего времени. Результаты контент-анализа дают основания для следующей гипотезы: центральные и региональные газеты в большей степени ориентируются на современный ритм социума, и связи с историческим опытом ощущаются ими как менее существенные. СМИ, как правило, фиксируют simultaneity, т.е. то, что происходит в данный момент (70-73% материалов). Они рассматривают свою аудиторию как общность, организованную только в пространстве. Осознание же индивидом/группой таких категорий как «патриотизм», «Родина», «история», «народ» возможно, на наш взгляд, исключительно при поддержании неразрывной связи настоящего с прошлым.

Мониторинг информации, представленной в СМИ, позволяет выдвинуть тезис о высоком уровне организации процессов функционирования масс-медиа для оказания воздействия на массовое сознание. Различные по тематике и содержанию информационные материалы производят сходную идеологию. Отношение к представителям политического и экономического истеблишмента со стороны СМИ почти всегда положительное или нейтральное, высказываемые критические замечания вполне конструктивны. При этом следует отметить, что рамки освещения большинства политических вопросов крайне сужены. Аудитория практически лишена возможности узнать из новостных обзоров о существовании альтернативных мнений и оценок относительно действий властей и, следовательно, не может оценить целесообразность таких действий. Большинство властных решений преподносятся СМИ как уже свершившийся факт, не подлежащий обсуждению. Использование в медиа-текстах фраз и оборотов, не раскрывающих конкретного содержания действия (например, «Администрация города *делает всё возможное (курсив мой – СЛ.)* для реализации программы по обеспечению жильём нуждающихся граждан», «Губернатор поддержал идею распространения информации электронными способами») также вынуждает доверять политику априори. Кроме того, результаты отдельных исследований показывают, что государственные субъекты управления пренебрегают использованием СМИ в процессе популяризации властных решений¹⁵. В результате подобного отказа от социализации цели, т.е. согласования и приведения в соответствие политики, проводимой властными структурами, с интересами социума, страдает и система государственного управления, и пространство самоорганизации. Невозможность публичного обсуждения стратегий развития государства лишает субъекта управления таких качеств как гибкость и адаптивность, а, следовательно, и поддержки проводи-

¹³ Аристотель Этика. Политика. Риторика. Поэтика. Категории. Минск, 1998. С. 767.

¹⁴ Цит. по: Смысл. Февраль. 2007. С. 107.

¹⁵ См.: Горбачева Е.В. Целеполагание в государственном управлении: социализация или конспирация? // Тезисы докладов IV Всероссийского конгресса политологов «Демократия, безопасность, эффективное управление: новые вызовы политической науке» Москва, 20-22 октября 2006 г. М., 2006. С. 74-75.



мых реформ со стороны населения. Подобные приёмы, исключая обратную связь, способствуют конструкции общества, лишённого видимого социально-политического разнообразия.

Экономические новости при кажущейся идеологической нейтральности также направлены на формирование у населения конформистской позиции. В них преобладают сообщения о достижениях отечественных производителей, повышении уровня и качества жизни населения, успешной реализации различных социально-экономических проектов и т.д. Отличительной особенностью медиа-текстов экономического содержания являются деятельность, энергичность, игра, сиюминутность: велик объём информации о биржах, валютах, ценных бумагах, бизнесменах. Оптимизация же у населения исключительно физической активности ведёт к ущербной духовности, поскольку внимание аудитории смещается в сторону утилитарного и гедонистического.

Влияние гражданского общества на государство. Гражданские инициативы, рассчитанные на привлечение максимально возможного внимания общественности к политическим, экономическим и социальным проблемам, позволяют более полно использовать демократические права каждому члену общества и оказывать давление на муниципальные, региональные и центральные органы власти.

Массированный информационный поток, обрушившийся на российскую общественность, не исключает информационного дефицита. Результаты проведенного исследования позволяют сделать вывод о том, что масс-медиа слабо освещают деятельность общественных институтов, их успехи, достижения и трудности. Это не позволяет населению адекватно оценить значение, основные формы и функции такой категории как гражданское общество. Таким образом, власти, контролирующее большинство масс-медиа, ответственны за невозможность общества осознать свою значимость и самоорганизоваться для решения жизненно важных проблем.

Более того, мы можем говорить о сознательном (со стороны власти) завуалировании, размытии образа гражданского общества в целях не допустить создания влиятельной политической и социальной силы, поскольку глубинные интервью с представителями государственных структур и масс-медиа продемонстрировали четкое понимание ими необходимости популяризации политических решений и организации общественных дискуссий по наиболее важным государственным вопросам.

Ориентируясь на требования и потребности аудитории, освещая значимую информацию о политической и экономической ситуации на различных уровнях, СМИ принуждают свою аудиторию быть активными потребителями информации. Политические и экономические акторы, активно используя СМК, организуют процессы функционирования информации в целях оказания воздействия на массовое сознание и манипуляции социальными группами. Таким образом, принцип гласности, означающий наличие общественного контроля за политической властью, приобретает формальный оттенок, а СМИ из средств информирования превращаются в средства политической рекламы и пропаганды.

Подводя промежуточные итоги, следует отметить, что согласование интересов различных субъектов в условиях зарождающегося демократического, правового, социального государства требует выработки механизмов согласования государственных, общественных и частных интересов, предполагает применение исключительно комплексного подхода к решению данной задачи: экономический рост, социальные гарантии, политическая стабильность. Отдельные результаты уже достигнуты: наблюдается снижение темпов инфляции, экономический подъем отдельных регионов, повышение размеров оплаты труда, пособий, пенсий¹⁶.

Существующий ныне разрыв между политическим классом и массами может быть ликвидирован только в рамках взаимосвязи общества и государства, в том числе с помощью массовых коммуникаций. Для обеспечения стабильности политической,

¹⁶ См.: Грызлов Б. Выбор будущего // Стратегия России. 2006. № 12. С. 5-20.



экономической и социальной систем, по мнению Г. Кузнецова, необходимо сокращать технологический разрыв между властью и общественностью, связывая политику государства с реальными интересами населения¹⁷. Функциями социальной коммуникации должны стать диагностика и коррекция потребностей и интересов общества и государства, модификация основных ценностей, агрегирование интересов социума. Демократия и свобода слова из абстрактных ценностей должны превратиться в реальные инструменты социально ориентированной политики государства.

Необходимо проработать методiku взаимодействия институтов гражданского общества и власти. В данном направлении уже предприняты некоторые шаги, например, в ряде регионов некоммерческими объединениями пролоббированы законопроекты, регулирующие взаимоотношения НКО и органов регионального и муниципального управления. Пока данные законы отражают в основном лишь финансовую сторону этих отношений: предоставление различных льгот, материально-техническое обеспечение, выделение грантов, размещение социальных заказов и др. Прослеживаемая однобокость подхода к реализации поставленной цели диктована потребностями настоящего момента, т.к. большинство общественных организаций решают проблему своего выживания. Вопрос о финансовом обеспечении является наиболее актуальным, например, по данным налоговых органов многие всероссийские организации инвалидов (ВОИ, ВОС, ВОГ и др.), созданные еще в первой половине прошлого века, в рыночных условиях вынуждены были свернуть свою производственную деятельность, что негативно отразилось на финансовом состоянии как организаций, так и их подопечных.

Необходимо активно вовлекать население в процесс управления на любом уровне. СМК и НКО должны способствовать развитию данного процесса. В частности по аналогии с юридической экспертизой проводить общественную экспертизу рассматриваемых законопроектов на предмет соответствия их интересам общества, инициировать открытые парламентские слушания или публичные обсуждения законопроектов и т.д.

Реализация указанных проектов и повышение эффективности коммуникационных механизмов становится возможным при широком использовании сетевых компьютерных технологий, которые в наиболее обобщенном плане составляют институт «электронной демократии». Создание электронной инфраструктуры в органах публичной власти позволяет использовать новые каналы не только для распространения информации о деятельности властных структур, но и способствует укреплению взаимного доверия, взаимопонимания между властью и населением. Сетевые технологии открывают возможности для создания качественно новой модели социальной коммуникации, предполагающей равноправный и максимально полный обмен сведениями о процессах и явлениях, происходящих в обществе. В этом смысле электронную демократию интерпретируют как форму политической самоорганизации общества, обеспечивающую соответствие государственного и муниципального управления критериям открытости, подотчетности, восприимчивости интересов и потребностей социальной среды¹⁸.

Несмотря на невысокую политическую и общественную активность населения (электоральный дефолт), использование Интернета все чаще приводит к самоорганизации граждан. Речь идет, как правило, о консолидации усилий вокруг решения конкретной проблемы или выражения альтернативного мнения, в том числе и протестного поведения. Иногда инициаторами подобного общения выступают государственные и муниципальные органы, общественные объединения, политические пар-

¹⁷ Кузнецов Г. Партийное строительство и гражданское общество // Стратегия России. Февраль. 2007. № 2 (38). С. 54.

¹⁸ См., напр.: Грачев М.Н. «Электронная демократия» и «электронное правительство»: к вопросу об определении понятий с учетом реалий становления информационного общества // Тезисы докладов IV Всероссийского конгресса политологов «Демократия, безопасность, эффективное управление: новые вызовы политической науке» Москва, 20-22 октября 2006 г. М., 2006. С. 76-77.



тии. Подобные Интернет-ресурсы выполняют функции (1) источников дополнительной информации, (2) обеспечения общения заинтересованных субъектов, (3) координации действий субъектов.

Таким образом, информационные коммуникационные технологии позволяют гражданам более эффективно реализовывать свои права, а политическим акторам популяризировать свои инициативы и решения. Коммуникация формирует и активизирует обратную связь, тем самым обеспечивает взаимодействие субъекта и объекта. Инфокоммуникации представляют собой инструмент совершенствования управления. Помимо обеспечения прозрачности политического процесса для населения и расширение взаимодействия государственных структур с институтами гражданского общества внедрение информационных коммуникационных технологий (ИКТ) решает, прежде всего, задачу совершенствования моделей и механизмов управления. Данные процессы неизбежны, поскольку внедрение новых технологий не может существовать в прежних рамках.

Процессы целенаправленного использования ИКТ в качестве основного средства совершенствования государственного механизма начались несколько лет назад в ряде государств, в том числе и в России. Легитимное закрепление данного процесса нашло свое отражение в федеральной целевой программе «Электронная Россия 2002-2010». Данный документ ориентирован на преодоление технологического отставания страны и превращение ее из сырьевого придатка экономически развитых стран в ведущего экспортера программных информационных продуктов. В настоящий момент на стадии разработки находятся концепции формирования институтов электронного государства/правительства (e-government), стандартизации программного обеспечения и информационного регулирования.

Уже сегодня можно подвести некоторые итоги реализации программы, хотя говорить о значимых результатах внедрения постулатов концепции «электронного государства» более чем преждевременно. Усилия российских чиновников направлены в рамках данной концепции на повышение эффективности, прежде всего, государственных структур. В силу этого отечественная модель электронного государства не меняет системы взаимоотношений власти и общества. Речь идет лишь о наращивании технологического потенциала государственных структур. Если же сравнивать мировой опыт создания e-government, то необходимо отметить взаимное развитие механизмов и государственного управления, и решения общественных проблем. Иными словами создание прямого диалога между равноправными участниками – государством и гражданами.

Человеческий потенциал, являясь одним из основных источников развития общества, должен быть задействован властью, как инструментом управления, в различных механизмах и процессах саморегулирования и самоорганизации в обществе. Учет базовых характеристик и особенностей социума при выработке стратегии построения гражданского общества позволит наращивать когнитивный потенциал граждан и активизировать их участие в решении социально-значимых вопросов. Развитие самодеятельности членов общества обеспечит проведение корректировки политических решений на всех уровнях управления. Подобные механизмы активно используются в мире, в том числе и на российской почве: выборы, референдумы, гражданские инициативы, общественные движения и т.д. Формирование эффективной схемы взаимодействия субъекта и объекта управления обеспечивает постоянный диалог государства и общества, что позволяет учитывать интересы всех участников процесса.

Для реализации проекта гражданского общества, с нашей точки зрения, необходим своего рода общественный договор, участниками которого должны стать государство, общество и масс-медиа. Перечень потенциальных участников не исчерпывается только представленными субъектами. К таковым можно отнести регионы, социальные слои, мировое сообщество и т.д. Согласование интересов каждой из представленных сторон позволит найти общий искомый знаменатель. Безусловно, поиск по-



добного рода изначально натолкнется на ряд проблем, связанных со спецификой коммуникативной сферы. Любые изменения в данной среде должны носить системный характер, а следовательно, неизбежны изменения функций и государства, и общества. Именно поэтому так важен общественный консенсус по вопросам приоритетов деятельности СМИ, создание некоей идеальной модели коммуникации, осознаваемой и поддерживаемой большинством общества.

Коммуникации должны сыграть важную роль в процессе построения гражданского общества. Для этого необходимы титанические усилия со стороны и государственных структур, и общественных институтов, и масс-медиа. Результатом этой работы станут овладение каждым членом общества навыками сотрудничества, коммуницирования, организации совместной деятельности, способности ставить и решать профессиональные и жизненные задачи. Это будет способствовать «взрождению» российского общества, преодолению социального и политического инфантилизма.

MASS MEDIA IN THE PROCESS OF CIVIL SOCIETY FORMATION

S. Yu. LISOVA

*Ivanovo State Power
University*

e-mail: aist@hotmail.ru

The article estimates the mass media opportunities in the changing society and analyses the role of mass media institution as a mechanism of coordinating the state, public and private interests and of reaching public consensus in the process of the civil society formation. The contemporary vectors of communicative structures development are examined. The results of mass media content analysis and other research demonstrate the mass media influence on mass consciousness and the process of the civil society structures formation. The author suggests methods of transformation of the state and social environment.

Key words: mass media, information communications, information society, network communications, electronic mass media, media-political system, political culture, social control.