



УДК 316.77:001.12/18; 070:001.12/18

В ЗЕРКАЛЕ МАССМЕДИА: ОТЧУЖДЕНИЕ ОТ ПОЛИТИКИ И ТРАНСФОРМАЦИЯ ЦЕННОСТНОЙ СИСТЕМЫ ОБЩЕСТВА

К. Р. Нигматуллина

*Санкт-Петербургский
государственный
университет*

*e-mail:
camilleo0100@yandex.ru*

В статье описан подход к исследованию медиатекстов на основе аксиологического анализа. Предметом исследования в работе является трансформация ценностной системы общества в отражении средств массовой информации. В частности, подробно описывается отчуждение аудитории СМИ от политических процессов во взаимосвязи с процессами политической коммуникации.

Ключевые слова: масс-медиа, политическая коммуникация, трансформация общества, система ценностей.

Чтобы обозначить методологическую позицию автора исследования, приведем определение аксиологии журналистики, составленное в соавторстве с В. А. Сидоровым и С. С. Ильченко. *Аксиология журналистики* – это научная дисциплина, изучающая журналистику как источник и ретранслятор ценностей общества во всем их предметно-смысловом многообразии, а также собственно журналистику как социальную ценность, исследующая принципы и способы освоения журналистами социокультурных ценностей, эффективность и методы их репрезентации аудитории СМИ.

Тезис об отчуждении российского общества от политики нуждается в обосновании. Посткоммунистические трансформации в России инициировались сверху, что уже само по себе создавало предпосылки для отстранения людей от политики. Так, А. Мельвил подчеркивает, что реформы начинались не с демократизации как таковой, а с предварительной либерализации режима. В отличие от демократизации изначальная либерализация не только инициировалась, но практически полностью контролировалась сверху и могла быть прервана в любой момент [1, с.63].

Несмотря на это, массовые политические ориентации и ценности являются факторами, оказывающими пусть косвенное, но реальное влияние на ход демократического транзита.

Разброс политических предпочтений, ориентаций в обществе очень велик, считает, например, политолог В. Д. Виноградов. Расколотость общественной жизни достигает крайних пределов. Человеку иногда невозможно идентифицировать себя с определенными политическими символами прошлого и настоящего. Это происходит, в том числе, из-за манипулирования самими образами прошлого, что позволяет изменить коллективную политическую память вообще. Именно на такой почве рождаются чуждые обществу ценности.

Одновременно многие нуждаются в социальной и политической опоре, чтобы не остаться один на один с трудно разрешимыми проблемами общественной жизни и собственного бытия. Идея демократии, как политическая ценность, остается нереализованной. Более того, она получила благодаря так называемым «демократическим реформам» негативный оттенок [2, с. 14].

По мнению других аналитиков, аполитичность общества кроется как раз в особом отношении к политике и политическим ценностям в России. В 1992 г. С. Шварц по своей методике проводил мониторинг политических ценностей в Санкт-Петербурге и пришел к выводу, что различие в системе наших и европейских ценностей (таких, например, как равноправие, мастерство, интеллектуальная автономия) играет роль тормоза в развитии России. Это продемонстрировал и сам ход реформ 1990-х гг. Н. Лебедева, заведующая отделом этносоциологии и этнопсихологии Института этнологии и антропологии РАН, повторила аналогичное исследование в 1999 г. в нескольких российских городах, на основе чего были сделаны выводы относительно подверженности нашего общества девиантному поведению, коррупции [3]. Н. Лебедева полагает, что неравномерная структура ценностей характерна как раз для обществ переходного периода.

О том, что система ценностей в обществе меняется, отмечают и в «Левада-центре», где пришли к выводу, что большинство ничего не решает, а решает группа, которая умеет оказывать активное влияние на разные стороны жизни. Такая группа всегда является меньшинством – приблизительно от 5 % до 25 %. С определенной долей уверенности к этому меньшинству можно отнести журналистов.

Общество вступило в перестройку с полураспавшимися, но все еще достаточно крепкими блоками советских ценностей и представлений. Разрушению они подверглись ещё до смены общественно-политической системы: во многом потому, что цели декларировались одни, а средства для их достижения были совершенно другими, противоположными. Исследование процессов самоидентификации, связанных с распадом СССР, показало, что изменения векторов процессов распада, которые и кладутся в основу самоидентификации, аналогичны изменениям ценностей.

Речь идет, например, о таких векторах, как переход от стабильности к неустойчивости, диффузности, неопределенности. Ценности перестали быть определенными точно так же, как и основа для идентификации. Принятие человеком полярных ценностей в результате привело к принятию политики двойных стандартов, а в итоге – к росту отчуждения от политики. Культивированию политического лицемерия в определенной степени подверглись и СМИ.

Аксиологическая неустойчивость, приоритет экономического самосохранения и политическое отчуждение тормозят не только демократические преобразования, но и модернизационные процессы вообще.

Отсутствие ценностных смыслов в политическом дискурсе ведет к неадекватному восприятию политической информации. Например, публицист А. Ашкерев в «Русском журнале» [4] говорит о подмене политической реальности политическим дизайном. С его помощью можно избавиться от «примет» реального мира. В доказательство автор приводит цитату из текста выразителя официальной идеологии В. Суркова: «Дизайн последних социальных моделей явно направлен к смягчению политических режимов, росту роли интеллектуального превосходства и информационного обмена, опугиванию властных иерархий саморегулируемыми сетями, короче – к демократии» [5].

Смысловой единицей политического дизайна мы обозначим такое понятие как «синтетическая ценность». Его содержание лежит в двух плоскостях. Это может быть возведенная в категорию ценности идея, не являющаяся таковой по определению. Чаще всего синтетические ценности возникают как следствие наполнения известных идей новыми смыслами, не соответствующими реальности. Таким образом, *синтетическая ценность* – это возведенное в ранг значимости со знаком «плюс» социальное или политическое явление/институт/представление, результатом которого становится не достижение общественного блага, а деградация общества, разрушение социальных связей и подрыв национального самосознания.

В качестве примера рассмотрим *толерантность* и присовокупим к ней понятие *политкорректности*. Если первое понятие появилось исторически как действительно ценностная категория, но в наше время изменило содержание, то политкорректность возникла как понятие-паразит, некий фантом на почве истинной толерантности, определяемой как взаимопонимание. Не случайно в обществе возник эффект перенасыщения политкорректностью, поскольку в процессе пропаганды синтетических ценностей не соблюли меру количества информации. Начав кампанию по популяризации толерантности и политкорректности, часть СМИ в настоящее время повернула вспять. Возник эффект двойного стандарта, когда все понимают искусственность декларируемой ценности, но в публичном дискурсе занимаются ее апологетикой.

Не вдаваясь подробно в сущность толерантности, заметим, что в итоге терпимое отношение к чужому мнению заканчивается там, где мы видим неуважение к самим себе. В беседе с автором статьи исполнительный директор Всемирного Русского Народного собора Р. Силантьев отметил, что «рано или поздно ценностный кризис в Европе выльется в дилемму: что важнее – права человека или духовные ценности. В зависимости от этого будет определяться судьба Европы. И не очевидно, что инстинкт самосохранения возобладает».



Перед лицом действительно насущных политических проблем бессодержательные категории уходят на второй план. В условиях кажущейся идеологической стабильности появляются такие реалии, как «гламурный исламизм» (одновременная декларация «удобных» законов шариата и принятие опять же «удобных» европейских ценностей), «национализм меньшинств» (когда национальное большинство начинает чувствовать себя неуютно в собственной стране) и другие не менее интересные идеологемы.

Промежуточный вывод таков: синтетические ценности декларируются тогда, когда это удобно их носителям. Это своеобразное жонглирование в духовной сфере, позволяющее умело и незаметно подменять традиционные ценностные устои временными идеологемами. Например, та же политкорректность позволяет без видимого насилия изменить моральные оценки: в результате в ущерб большинству населения защищаются права различных меньшинств. Такое манипулирование легче всего проводится в политическом коммуникативном пространстве, где общество отчуждено от политических процессов.

Сложнее разобраться с концепцией демократических ценностей и прав человека, откуда берут начало многие синтетические идеологемы. Базовые составляющие демократических ценностей: свободные выборы, свобода слова, честная конкурентная борьба, равноправие перед судом и равноправие перед законом. Каждая из этих составляющих в нашей стране может подвергнуться критике со стороны Запада или российских либералов.

Несмотря на эту критику, социологические исследования показывают, что россияне считают демократические процессы в России стабильными. Страна подошла к такому рубежу, когда на передний план в развитии отечественной модели демократии выходит, во-первых, проблема социализации политики, нахождения новых возможностей соединения жизненной энергии, направленной на личностную самореализацию (так называемого «человеческого капитала»), с формированием в обществе ценностей солидарности, доверия и ответственности, то есть трансформация человеческого капитала в общественный капитал. И, во-вторых, проблема наполнения политики и всей общественной жизни новым морально-нравственным содержанием и смыслом, поисками способов нейтрализации негативных сторон формирующегося в России потребительского общества.

Журналисты поддерживают социологов в том, что в России сформировалась новая триада ценностей: суверенная демократия, сильная экономика и военная мощь [6]. Суверенная демократия здесь понимается как квинтэссенция внутреннего устройства страны, подразумевающая право граждан самим определять политику в своей стране и защищать это право защищаться от внешнего давления любым, в том числе и вооруженным, путем.

Понимание национальных особенностей демократии России и отдельных стран, а также их национальных интересов входят в противоречие с представлениями о демократии в других государствах. Очевидно, что «стерильной» или «первозданной» демократии в природе не существует, а потому почти все апелляции к демократическим ценностям могут считаться политическим лукавством.

События последних лет, а особенно 11 сентября 2001 г., показали, что дискурс о демократических ценностях возникает в определенных политических ситуациях, которые упрощенно назовем «удобными». Включаясь в эти дискуссии, СМИ воздействуют на аполитичное сознание аудитории. Несмотря на скептическое отношение к любым точкам зрения, потребители информационного продукта выделяют в свою очередь удобные для себя идеологемы, с помощью которых можно выстроить простую и понятную картину мира.

Исследователи Карнеги-центра подтверждают, что в периоды относительно спокойной политической жизни, не требующей от населения политического выбора и массового политического участия, интерес публики к общественно-политической информации заметно сокращается. В случае с нынешними российскими СМИ сказывается также и широко распространенное ныне общее недоверие граждан к власти вообще и к любым социальным институтам, в частности вызванное определенной дискредитацией многих органов власти и общественных институтов в глазах населения. Испы-



тывая по отношению к общественно-политической жизни такие чувства, как разочарование, тревога, отчаяние, значительная часть населения просто уходит из нее, ограничивая себя лишь сферой повседневности – семьей, работой и т. п. В такой ситуации падение интереса к политической информации вполне объяснимо [7]. Кроме того, существует недоверие к самим средствам массовой информации.

Показателен в этом смысле опрос, проведенный Фондом «Общественное мнение» еще в декабре 1997 г. Респондентам задавался вопрос: «Сегодня высказываются различные мнения о российских журналистах. Перед Вами некоторые из таких высказываний. С какими из них Вы согласны?». Наибольшее число голосов набрали такие высказывания: «Российские журналисты – это...» выразители общественных интересов (37 %); наблюдатели жизни, информаторы общества (33 %); ловцы сенсаций и «жареных» фактов (28 %); прислужники властей, богатых и влиятельных людей (15 %); манипуляторы общественным мнением (14 %); воспитатели, наставники, просветители (11 %); стражи демократии, поборники справедливости (11 %).

Как видно из ответов, в общественном мнении отсутствует однозначная оценка деятельности журналистов, причем отрицательные характеристики им склонны давать около 40 % респондентов. Понятно, что ответы на эти вопросы тесно коррелируют с политическими пристрастиями респондентов и их возрастом: положительные моменты в деятельности сегодняшних СМИ склонны в большей степени видеть сторонники нынешней власти и молодежь, тогда как оппозиционно настроенные респонденты и люди старшего поколения чаще отмечают негативные аспекты в деятельности массмедиа. Последующие исследования подтверждают обозначенные тенденции.

Возвращаясь к отклонениям в сфере политического дискурса о демократических ценностях, стоит упомянуть и о такой политически маркированной деятельности властей как «борьба с терроризмом». Здесь политики играют на инстинктах самосохранения общества, вынуждая оправдывать любые, даже жесткие, политические шаги на мировой арене. Политологи приписывают изобретение такого метода Пентагону и называют его теорией «управляемого хаоса» [8]: в информационном пространстве разворачиваются геополитические войны, приводящие к ценностным кризисам. Показателен опрос самих политиков и политологов на тему «Сохранится ли международный терроризм, по крайней мере, в его нынешних масштабах?» Из 50 опрошенных 40 ответили утвердительно [9].

Синтетические ценности возникают в условиях духовного вакуума в обществе. О предпосылках создания такой «питательной почвы» писали социальные философы на самом пике «демократических процессов» в России. Например, А. Панарин говорил о насилии доселе чуждых для России ценностей над долговременными, берущими свои корни еще в дореволюционной Империи – аскезе и трудовой этике. В итоге завоевания постиндустриального общества породили в стране причудливое «промышленное гетто», где переплелись архаика пролетарского сектантства с нетленными ценностями национальной культуры и традиции, а также общечеловеческими ценностями [10, с. 293].

Перенятый у развитого общества потребления культ досуга также не мог не повлиять на ценностные ориентации россиян. В настоящее время это явление иногда называют «диктатурой досуга». Появление свободного времени и развитие всевозможных форм досуга также лежит в основе отчуждения индивидов от политики. Развлекательность из сферы досуга перекочевала в область политики – появилась так называемая «карнавализация» политических процессов.

Диктатура досуга подарила человеку мнимую свободу духовного выбора. Отсутствие многих сдерживающих норм и снижение значимости традиционных ценностей также лежит в основе формирования индустрии синтетических ценностей. Современное духовное производство (в широком смысле: как производство информации, большей по объему, чем тот, какой необходим для обеспечения той или иной специфической социальной практики) во многом наследует функции мировых религий. Это производство создает интеграцию на уровне целей, но не на уровне сдерживающих норм. Современное духовное производство породило психологию людей, живущих не по средствам – в кредит. Более того, даже технологии политической мобилизации, в частности электоральные, почти целиком основаны на идеологии и психологии кредита.



Часто в основе ценностных конфликтов в обществе лежит разрыв между глобальными политическими ценностями и индивидуальными социальными. На этом стыке возникают неизбежные *синтезы*, удобные для человека. Как уже было подчеркнуто, удобство – одна из характеристик синтетических ценностей. Перечислим же последовательно еще несколько основополагающих характеристик синтетических ценностей:

- синтетическим ценностям (СЦ) присуща, с одной стороны, групповая, классовая или «кружковая» принадлежность. С другой – свою специфичность такие ценности скрывают за претензиями на универсальность. Явная и скрытая легковесность СЦ рождается из такого же скрываемого отсутствия аксиологических корней, устойчивой моральной базы;

- искусственные ценности не просто детерминированы политической ситуацией, они сверхзависимы от политической конъюнктуры, а их политическая жизнь измеряется не более чем несколькими десятками лет;

- синтетические ценности включаются в самые различные области общественной и политической жизни, они не мыслимы вне повседневных реалий, политических сиюминутных процессов.

Ценности в философской трактовке принадлежат к принципам должного, а не сущего. Синтетические ценности ни в коей мере не являются обязательными для принятия обществом, они не говорят о долженствовании, а лишь относятся к реалиям жизни. Однако не всегда это понимание приходит к обществу. С одной стороны, оно может заблуждаться в обязательности принятия группы ценностей, с другой – может принимать их неосознанно. Именно во втором случае следует говорить о возрастающей роли СМИ в формировании политических ценностей. Возрастающей, поскольку в относительно стабильных социально-политических условиях общество склонно доверять СМИ, и наоборот.

Хотя деятельность журналистов оценивается обществом во многом негативно, при этом по традиции значительная часть публики по преимуществу доверяет всему, что показано по телевизору или напечатано в газете. Такой разрыв в сознании аудитории может привести и приводит к неожиданным эффектам в восприятии информации, что, конечно, необходимо учитывать журналистам.

Условно говоря, можно сказать, что отчужденное от политики общество иногда воспринимает негативно здоровые процессы, одновременно принимая на веру искусственные лозунги и ценности. Индивид перестает бороться за свои естественные права (на жизнь, на свободу волеизъявления и др.), но активно включается в борьбу за временные идеалы – права различных меньшинств, свободу выражать абсурдные точки зрения, глобальные или, наоборот, антиглобалистские завоевания и так далее. Такое общество всеядно в духовном и информационном смысле, и на этой почве активно и навязчиво ведется идеологическая борьба в информационном поле.

Синтетические ценности изначально формируются в политическом пространстве, но получают развитие в коммуникативном – именно здесь они становятся специфическими синтетическими ценностями СМИ. И на фоне отчуждения общества от политики они призваны заполнить духовно-информационный вакуум населения и пустующую нишу национальных интересов.

Рассказывая о разрушительных процессах в политическом самосознании общества и формировании синтетических ценностей СМИ, мы стремимся показать, во-первых, насколько неявны и неосознанны пока эти явления, а, во-вторых, чтобы подчеркнуть, что любое социологическое наблюдение и исследование имеет погрешности, а в данной работе мы говорим только о трендах, но не об исключениях из правил.

Видимая стабильность современного российского общества в ближайшем прошлом оказалась неочевидной. Вообще в любой исторический момент можно допустить наличие переходных периодов. Уверенность в этом нам придает все увеличивающаяся скорость социальных изменений в мире. Все больше философов говорят об ускоряющемся историческом времени. Мы живем на таком этапе, когда эволюционные и революционные процессы получают новое ускорение, и во многом благодаря сверхбыстрому научно-техническому прогрессу.



Меняющееся время влияет и на скорость формирования ценностей в обществе. Политическое идеалотворчество, с одной стороны, становится стремительным. С другой – процесс складывания идеалов в обществе является процессом длительным, затрагивающим множество сфер общественной жизни и политического бытия. Во время формирования идеалов часть из них отсекается, часть вливается в традиционные представления о политике, некоторые меняют сами контуры традиций.

Отчуждение общества от политики – сложный социокультурный феномен, который необходимо учитывать в журналистской работе. Возвращение на телеэкран качественной дискуссии о политических ценностях и идеалах (любого времени) поможет активизировать общественно-политическое сознание аудитории. Пока что показ граждански активного населения в новостных сюжетах вызывает лишь иронию (не без помощи журналистов). Разговоры об идеалах выставляются как излишние перед лицом экономических трудностей. В действительности же многие аналитики отмечают, что кризис экономический есть следствие кризиса социального. Умение вскрыть социальные проблемы, используя метод отнесения к ценности, поможет журналистам узреть корень этих проблем и спрогнозировать возможный благополучный исход в случае их разрешения.

Список литературы

1. Мельвиль А. Ю. Политические ценности и ориентации и политические институты // Россия политическая / Под ред. Л. Шевцовой. М., 1998.
2. Виноградов В. Д. Политические ценности в жизнедеятельности людей // Тугариновские чтения. Материалы научной сессии. Серия «Мыслители», выпуск 1. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2000.
3. Ценности постсоветского общества. Опрос Фонда либеральной миссии [Электронный ресурс] – URL: <http://www.liberal.ru/sitan.asp?Num=565>
4. Ашкерев А. Сумма идеологии [Электронный ресурс] // Русский журнал. 2006. 29 дек. – URL: http://russ.ru/politics/lyudi/summa_ideologii
5. Сурко В. Национализация будущего // Эксперт. 2006. – № 43.
6. Латышев А. Триада национальных ценностей [Электронный ресурс] // Известия. 2006. 13 июля. – URL: <http://www.izvestia.ru/politic/article3094592>
7. Задорин И., Бурова Ю., Сюткина А. СМИ и массовое политическое сознание: взаимовлияние и взаимозависимость [Электронный ресурс] – URL: <http://www.carnegie.ru/ru/pubs/books/volume/56408.htm?search=undefined&open=&isFound=>
8. Василенко И. Главный замысел Пентагона – модель «управляемого хаоса» [Электронный ресурс]. – http://www.russia-today.ru/2003/no_07/7_topic_3.htm
9. Россия и мир в 2050 году. Часть 2. Исследование прогноз «Политического класса». Издательский дом Виталия Третьякова. [Электронный ресурс] – <http://www.nigrul.ru/docs/2050/608.html>
10. Панарин А.С. Философия политики. М.: Наука, 1994.

IN THE MIRROR OF MASS MEDIA: ALIENATION FROM POLITICS AND THE TRANSFORMATION OF VALUE SYSTEM OF SOCIETY

K. R. Nigmatulina

*St-Petersburg
State
University*

*e-mail:
camille00100@yandex.ru*

The article discusses the axiological approach to media texts. The subject of the study is the transformation of value system of society reflected in mass media. The alienation of media audience from political processes is described in the relation with processes of political communication.

Key words: mass media, political communication, societal transformation, political values, political journalism, value system.