

## ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО И МАСС-МЕДИА: ВЕКТОРЫ ВЗАИМОВЛИЯНИЯ

Алла Лобанова  
(Кривой Рог)

*Стаття присвячена аналізу взаємодії громадянських інституцій та мас-медіа на пострадянському просторі.*

*Ключові слова: громадянські інституції, пострадянський простір, мас-медіа.*

*Статья посвящена анализу взаимодействия гражданских институций и масс-медиа в постсоветском пространстве.*

*Ключевые слова: гражданские институции, постсоветское пространство, масс-медиа.*

*The article is devoted to the analysis of interaction of civil institutions and mass-media in the postsoviet space.*

*Key words: public institutions, post-soviet area, mass-media.*

**Постановка проблеми.** Формирование и функционирование гражданского общества как многогранного социокультурного и политического феномена немислимо без деятельностно-самоорганизационного процесса социальных акторов, социальных институтов по созданию и воспроизводству дискурсивных и символических практик, создающих гражданское поле коммуникативной активности.

**Актуальность исследования.** Как показывает анализ современной социологической литературы, недостаточно изученным является вопрос взаимодействия гражданских институций и масс-медиа в постсоветском пространстве. Поэтому возникает необходимость проанализировать векторы их взаимовлияния.

**Цель статьи:** описать особенности взаимодействия гражданских институций и масс-медиа в постсоветском дискурсивном пространстве.

**Изложение основного материала.** В научной и публицистической литературе понятие «масс-медиа» используется либо как синоним средств массовой информации (аудио, видео, печатной продукции), либо как самостоятельный тезаурус, характеризующий множество современных коммуникативно-информационных технологий. Но в обоих случаях это понятие связывается с таким социальным образованием, которое претендует на самостоятельный социальный институт, являющийся неотъемлемой составляющей гражданского общества. Так ли это? Если не так, то какую роль играют масс-медиа в формировании и функционировании гражданского общества? Каковы индикаторы их взаимовлияния? Попытаемся ответить на поставленные вопросы.

Как известно, термин «mass media» (of communication) в переводе с английского языка означает – средства массовой информации (печать, радио, телевидение, кино, реклама) [1, с.439].

Однако в условиях глобализационных процессов это понятие приобретает более широкий смысл и рассматривается в диаде «информация-коммуникация». В последнее время понятие «коммуникация» рассматривается в единстве с информационной составляющей. Подходы к коммуникативному обществу большинства современных социологов, к примеру, К.Ясперса, К.-О. Апеля, Ю. Хабермаса, У.Эко и др. «акцентируют значение коммуникации, консенсуса, «социального порядка» в условиях «нового информационного порядка» [2, с.77].

Чем же характеризуется этот «новый информационный порядок»? И можно ли огромное количество информационных источников и технологий назвать порядком, обеспечивающим функционирование коммуникативных практик формирования гражданского общества? Полагаем, что однозначный ответ найти непросто. Социологи, не без основания, обеспокоены тем, что «информационное видео- и аудиопотребление мультимедийных технологий, интерактивное телевидение с глобальными программами, сетевая интеракция в Интернете включили жителей планеты в систему информационных влияний, интегрированных маркетинговых коммуникаций, определив виртуально-визуальные границы коллективного восприятия, подражания, стандартов» [2, с.77], что не всегда можно оценивать однозначно положительно.

И, как справедливо отмечает российский социолог П.Н.Киричёк, темпы вовлечения человека в информационное поле трансформационных процессов настолько ускорились, что в параметре «информация-коммуникация» происходят существенные изменения и в повестку дня жизнедеятельности социума неизбежно ставится «необходимость усиления организующего начала в области информации» [3, с.86].

Вместе с тем, нельзя не согласиться с мнением И.А.Мальковской, согласно которому, «после появления коммуникативной парадигмы понятие информационное общество стало ещё более противоречивым», так как не ясно, о чём идёт речь: то ли о простой сумме коммуникативных и информационных характеристик, то ли об их или синтезе, то ли о влиянии нового технического носителя («информационное») на обычную человеческую коммуникацию? Поэтому, анализируя особенности становления информационно-коммуникативного общества, она выявляет целый ряд *парадоксов, возникающих в мире информации и коммуникации*. К ним социолог относит:

– стремительное воспроизводство «обществом знания» «общества ничего-незнаек» (И. Валлерстайн);

– наличие возможности утраты «модерным» обществом лидирующей роли, несмотря на лидирующие информационно-коммуникативные технологии;

– управление системой, активированной «на вершине» и лишённой сигналов снизу;

– возникновение двух разнонаправленных скачков: к интеграции человеческого сообщества как социальной общности, связанной «всемирной паутиной», и к дезинтеграции социального и появлению «кастового» и «атомизированного» общества;

– актуализации момента времени и созданию пространства «вневременья», акцента на настоящем и, одновременно, внеисторическом существовании;

– деление понятий «деятельности» и «делания»;

– категории «быть» и «иметь» вынуждают человека быть и целостным и фрагментарным;

– разнонаправленность информационного и коммуникативного [см.: 2, с.77-82].

Действительно, информатизация совершенно изменяет социальный мир: с одной стороны, упрощает коммуникативные связи, меняя структуру и характер взаимоотношений, приближая людей друг к другу, поскольку имеется возможность в течение нескольких секунд, благодаря Интернету, связаться с самой отдалённой точкой земного шара.

Естественно ускоряется процесс формирования неформальных отношений, создания различных внесударственных организаций, общественных движений и блоков. Причём нивелируются расстояния, стираются территориальные границы. То есть можно говорить о том, что ускоряется и интенсифицируется процесс формирования добровольных институций, новых виртуальных коммуникативных практик, которые будучи основаны на свободном выборе партнёров и идей, расширяют возможности формирования гражданского общества.

С другой стороны, наоборот, огромное количество информации, которое продуцируется человечеством, усложняет коммуникацию, потому что делает людей пленниками информо-виртуальных практик, уводя от действительности, разрывая реальные связи, нарушая повседневный быт, и нередко порождая в людях ощущение потери чувства идентификации себя с реальным временем и пространством. Как точно подметила И.А.Мальковская: «в огромном коммуницирующем пространстве обостряется проблема потери смыслов» [см.: там же, с.77]. А утеря смыслов, как известно, снижает адаптивные возможности человека, что, естественно, приводит к разрушению установившихся социальных связей и коммуникативных практик.

Более того, новые информо-коммуникативные технологии, по мнению Б.С. Гладырева, формируют пространство развития антидисциплинарных практик и выступают как инструмент государственного контроля [см.: 4]. Как утверждает социолог, несмотря на то, что «информационно-коммуникативные технологии обеспечивают свободный доступ к информационно-коммуникативным ресурсам, размывая тем самым властное поле, государственные органы стараются ограничить процесс «диффузии» власти, пытаются контролировать информационные потоки», не случайно «многие информанты сознают контроль, когда, например, упоминают об опасности конфиденциального использования электронной почты, поскольку она прозрачна и выборочно проверяется в соответствии с *системой оперативно-розыскных мероприятий* (СОРМ предназначена для обеспечения со стороны правоохранительных органов (ФСБ, МВД) законного перехвата и прослушивания информации, цель которого – осуществление оперативно-розыскной деятельности на сетях документальной электросвязи (СДЭС), в том числе оператором GSM, предоставляющих услуги GPRS) [4, с. 43]. Однако не только государственные структуры используют информационно-коммуникативные технологии для контроля за гражданами, но и бизнес-структуры «стали осуществлять перманентный контроль тех сотрудников, в

специфику работы которых входило частое перемещение в пространстве», усилился и расширился также контроль и на уровне индивидуальных взаимодействий [4, с.45-46].

Доказательства использования информационно-коммуникативных технологий в качестве инструмента контроля над поведением индивидов, которые приводит Б.С. Гладырев, весьма убедительны и эмпирически обоснованы пилотным проектом «Пользователи мобильных телефонов в России. Новая фигурация общения», который был осуществлён при поддержке Telenor и France Telecom, и не доверять ему нет оснований.

Точку зрения Б.С.Гладырева разделяет и российский учёный А.Д.Еляков, который в статье «Феномен тотального электронного наблюдения» констатирует, что рост электронных систем наблюдения за людьми, организациями, территориями стран порождает множество проблем и «наибольшую тревогу вызывает то обстоятельство, что частные, личностные, даже деликатные стороны жизнедеятельности индивидов без их разрешения и даже уведомления прослушиваются и просматриваются, а конфиденциальная информация нередко становится достоянием других» [5, с.102].

То есть становится очевидным вывод о том, что развитие информационно-коммуникативных технологий носит неоднозначный характер: с одной стороны расширяет возможности и условия для развития добровольных неформальных организаций и ассоциаций, способствует формированию таких коммуникативных практик, которые характерны для гражданского общества, с другой – ограничивает свободу и тайну коммуникации и взаимодействия граждан между собой, поскольку совершенствуются инструменты осуществления контроля над нами со стороны различных государственных и негосударственных органов и структур.

Поэтому нельзя не согласиться с профессором П.Н. Киричком, который считает, что в современных условиях деятельностью масс-медиа

формируются два ведущих типа информационного пространства: а) *информационный режим* и б) *информационный рынок*.

По его мнению, информационный режим – это «*структурно-функциональная разновидность единого* (мирового, федерального, регионального, муниципального) *информационного пространства*, представляющая собой регулируемые потоки социальной информации (и каналов её распространения), идеологический вектор, который задаётся структурами власти и *поддерживается (корректируется) политическим цензурным контролем* [3, с.86-87]. Основной характеристикой информационного режима социолог считает реальное отсутствие политико-публицистического плюрализма, при котором критическая направленность журналистики имеет предел, потому что недоступной для неё остаётся существующая политическая модель общественного устройства, которую можно улучшать, но нельзя ниспровергать. Ведущей идеологемой в таком режиме, как считает учёный, является официальный (прямой – со стороны партийно-государственных органов или косвенный – встречное движение журналистского аппарата) заказ журналистам на соответствующую информацию. Вертикально-горизонтальная конфигурация прессы и сеть коммуникаций представляет собой партийно-государственный монолит с дополняющими его изданиями общественных организаций (профсоюзных, молодёжных, женских, детских и т.д.) и с подбором руководящих кадров для творческих коллективов партийными комитетами различных уровней. Такой режим в сформированном виде был свойственен информационному пространству доперестроечного периода [см.: там же].

Информационный рынок П.Н.Киричёк обозначает как «*структурно-функциональную разновидность единого* (мирового, федерального, регионального, муниципального) *информационного пространства*, представляющую собой частично регулируемые потоки социальной информации (и каналы её распространения) с различными идеологическими векторами, которые задаются властными структурами, политическими

партиями, правящей элитой, общественными движениями и объединениями, журналистским аппаратом и *поддерживаются (корректируются) экономическим «цензурным» контролем.* Такому информационному пространству характерен реальный политико-публицистический плюрализм, имеет место социальный заказ журналистам, отвечающий массовым запросам на информацию, который может совпадать или не совпадать с официальным заказом. Вертикально-горизонтальная конфигурация прессы и сеть коммуникаций при информационном рынке представляет собой субсидируемый из государственных, общественных, частных, собственных финансовых источников комплекс средств массовой информации и коммуникаций, решающих свои кадровые, организационные и технические вопросы самостоятельно или по согласованию с учредителями. Социолог считает, что в формирующемся виде информационный рынок имеет общие свойства с российским информационным пространством перестроечного и постперестроечного периодов [см.: там же].

В целом, соглашаясь с концепцией П.Н. Киричка, хочется добавить мысль о том, что и в современных условиях остались социальные атавизмы информационного режима доперестроечного периода, которые выявляются в наличии заказа журналистам на определённый информационный продукт. Однако заказчиком выступают не партийно-государственные органы, а финансово-олигархические группы, которые для своей политизации и завоевания власти готовы оплачивать любые информационные услуги, вплоть до телеканалов достаточно щедро. И это не те структуры, которые формируют открытые рыночные отношения в медийном пространстве, а те, которые используют старые авторитарные методы и подходы, вплоть до интервенционистских для завоевания и «приручения» медиа-акторов.

Второй особенностью информационного рынка, как справедливо подчёркивает Н.П.Киричк, является наличие идеологической цензуры, на которую в условиях демократического общества существует правовой запрет. Причём, как отмечает он, *«идеологическая цензура информационного*



*режима, всего лишь поменяв антураж, перешла, фактически, в экономическую цензуру информационного рынка: первая ставила журналистов на грань духовного закрепощения, а вторая вывела их на предел физического выживания» [3, с.87].*

Ничего удивительного в этом нет. Наоборот, этого следовало ожидать, более того, предвидеть и социологам, и работникам средств массовой информации. Рыночные отношения, в том числе в сфере масс-медийного пространства, не могут функционировать без контроля (надзора), мониторинга над информационными ресурсами, поскольку именно информация становится одним из самых дорогих продуктов человеческой деятельности, влияя на все сферы жизни общества. Но даже в рыночных условиях, как отмечает Дж. Сакс, «внедрение и распространение информационных технологий зависит не только от сил рынка, но и от правительства. В Соединённых Штатах, провозглашающих себя оплотом свободного предпринимательства, ИТ-революции способствуют и силы рынка, и согласованная промышленная политика» [цит. по: 6, с.8].

Если один из наиболее известных американских экспертов-экономистов заявляет о том, что процесс внедрения информационных технологий невозможен без правительственной политики даже в стране с развитой демократической традицией, то чего стоит ожидать от постсоветских стран, общества которых только начинают осознавать процессы формирования рыночных отношений и построения гражданского общества, в том числе децентрализацию власти государства за счёт передачи части её органам местного самоуправления, развития свободного предпринимательства, частной инициативы, закрепления правовых механизмов жизнедеятельности. Пока трудно поверить в то, что государственные органы и бизнес-структуры могут создать медиа-акторам условия для полной свободы и самостоятельной деятельности в условиях рыночной экономики, функционирование которой сопряжено с демократизацией, преждевременно. Но, тем не менее, надо признать, что

процессы демократизации в информационно-коммуникативной сфере в украинском обществе приобретают всё более четкие реальные очертания. Особенно это проявляется в периоды выборов, которые по мнению известного украинского специалиста в области масс-медиа Н.Костенко, являются событием, «ожидание которого наиболее энергично тематизирует публичную сферу и мобилизует гражданское общество» [7, с.100]. «Медиа – пресса, радио и телевидение, – как подчёркивает социолог, – по сути конституируют публичную сферу как коммуникацию между политическими элитами, экспертами, комментаторами и объединёнными в аудитории изолированными индивидами. Именно медиа и двигают избирательную кампанию. Владея экономическим ресурсом, они *относительно самостоятельны в организации коммуникативных сетей*, что позволяет им выступать в роли отдельного политического субъекта – демонстрировать собственные политические симпатии и вершить политические события» (выд. мною: А.Л.) [см.: там же]. Н.Костенко очень точно заметила, что медиа конституируют публичную сферу как коммуникацию и двигают избирательные кампании, но вряд ли можно согласиться с ней в том, что они «вершат политические события». Политические события вершатся скорее отдельными политическим акторами (личностями, партиями, блоками) при помощи либо заангажированных, либо заинтересованных масс-медиа, которые обеспечивают гласность провозглашаемых ими идеологических доктрин и становятся неизбежными их спутниками или сподвижниками.

Анализируя особенности современной медиакультуры, в частности реализуемой посредством теленовостей – одном из наиболее востребованных публикой процессов взаимодействия с медиа-актерами, Н.Костенко подчёркивает, что «беспрепятственное узнавание по стилям политического вещания латентных структур в виде интересов политических кураторов каналов, их владельцев, коммерческого лобби, как, впрочем, и предпочтений самих каналов, а также массы иных полупрозрачных очертаний и глухих шумов разноголосого комментария не умаляет автономную значимость

легитимированных телевидением культурных образцов представлять поле политики» [8, с.39]. Как видим, социолог признаёт ведущую роль масс-медиа в формировании и функционировании культуры и политики – основообразующих сфер жизни общества. И от того, как они выполняют эту роль, зависит эффективность и результативность их главной миссии – поддержки и провозглашения демократических принципов и идеалов гражданского общества.

**Выводы.** Таким образом, становится очевидным, что масс-медиа – как многосубъектная и многофункциональная система медиа-акторов и организационно-мониторинговых, идеологических, культурных, политических, экономических практик в современном темпорально-глобализирующемся пространстве может функционировать и как самостоятельная социальная институция, предлагающая обществу тот информационный продукт, на который есть спрос, и как zaangażированная либо государственными органами, либо корпоративными структурами, либо политическими акторами социальная служба, выполняющая их определённый заказ. Поэтому, с одной стороны, масс-медиа можно рассматривать как неотъемлемую составляющую гражданского общества, которая оказывает прямое (целеопределяющее) влияние на процесс нормирования и воплощения в практике его общественных идеалов. С другой – как самостоятельную коммерческую структуру, деятельность которой может осуществляться в разрыве между декларируемой нормативностью гражданских идеалов и практиками её воплощения в жизнь. Общественный эффект от деятельности медиа-акторов определяется ценностно-нормативными принципами, которые они исповедуют, и социолингвистических кодов, которыми оперируют в процессе осуществления информационно- коммуникативных практик.

## Литература

1. Англо-русский словарь. – М., 1990.

2. Мальковская И.С. Профиль информационно-коммуникативного общества (обзор зарубежных теорий) // Социс. – 2007. – № 2. – С. 76-85.
3. Киричѐк П.Н. Современная информационная политика: императивно-модусная трансформация // Социс. – 2007. – № 10. – С. 86-96.
4. Гладарев Б.С. Информационно-коммуникативные технологии и проблемы контроля поведения индивидов // Социс. – 2007. – № 8. – С. 42- 51.
5. Еляков А.Д. Феномен тотального электронного наблюдения // Социс. – 2007. – № 10. – С. 96-102.
6. Василевский Э. Информационные технологии: масштабы и эффективность использования // Мировая экономика и международные отношения. – 2006. – № 5. – С. 3-9.
7. Костенко Н. Мас-медіа у виборах: ціннісні орієнтації політичної сфери // Політична думка. – 1999. – № 4. – С. 100-120.
8. Костенко Н.В. Узнаваемая реальность теленовостей: особенность современной медиакультуры / Проблемы розвитку соціологічної теорії. Соціальні процеси в Україні. – К.: САУ, ІС НАН України, 2004. – С.34-40.