

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК ЭЛЕМЕНТ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

К. А. Орлов,

кандидат юридических наук, преподаватель кафедры теории и истории государства и права, Уральский юридический институт МВД России

На современном этапе развития в России все в большей мере назревает проблема объективного и своевременного информирования граждан о происходящих процессах в обществе, а также проблема формирования действительно информационно открытого гражданского общества. Сегодня необходимо добиться признания того, что СМИ – это способ информационного воздействия, образующий самостоятельное образование, способное с помощью современных технологий оказывать как целенаправленное, так и спонтанное воздействие на граждан, формировать их ценности, установки и мотивы поведения, в том числе и в правовой сфере.

Ключевые слова: *средства массовой информации, средство воздействия, социальный институт, гражданское общество.*

В современном российском обществе в самом общем виде существует три основных способа информационной коммуникации: неформальные контакты; общественно-политические организации (политико-правовые институты и др.); средства массовой информации. В настоящее время из способов информационной коммуникации особенно динамично развиваются именно средства массовой информации.

Вообще при анализе средств массовой информации следует остерегаться их понимания лишь как продукта коммуникации. Такой формально-догматический (узкий) подход к их сущности может сориентировать на одностороннее и неполное осознание их роли в жизни общества, он поощряет консервативные воззрения, игнорируя особенности современного развития и формирования публичной сферы гражданского общества. При таком подходе отрицается многоаспектность средств массовой информации как обособленного социального института, являющегося элементом гражданского общества, его взаимосвязь и обусловленность социальными отношениями.

В рамках общей концепции данной статьи обосновывается, что СМИ – это способ информационного воздействия, образующий самостоятельное образование, способное с помощью современных технологий оказывать как целенаправленное, так и спонтанное воздействие на граждан, формировать их ценно-

сти, установки и мотивы поведения, в том числе и в правовой сфере.

Средства массовой информации в публичной сфере на сегодняшний день являются важной частью гражданского общества, осуществляя диалог граждан, общества и государства, а также рассматриваются как инструмент гласности, открытости, публичной сферы, гражданского общества.

Проблемы открытого общества являются важной стороной развития демократических устоев. Важнейшие инструменты гражданского общества – общественно-правовые или публичные структуры телевидения, радиовещания и интернета, дающие гражданам возможность участвовать в диалоге в той самой публичной сфере, которую необходимо иметь демократическому обществу.

Средства информации можно представить как организатора и управляющего различными процессами в обществе, это отражается в использовании их для построения гражданского общества и создании публично-правовой сферы в условиях современного Российского государства.

Кардинально новое соотношение социально-политических сил в конце XX века, стремительный поворот к новым ценностям нашли свое адекватное закрепление в Конституции РФ. Представляется, что идеологический и политический плюрализм, многопартийность, свободные состязательные периодические выборы выступают объективной потребностью общества и государства, обу-

словленной всем течением отечественной истории.

В связи с этим важно подчеркнуть – получили распространение средства массовой информации, цель которых не политическое подавление масс, а их широкое информационное обеспечение во всех сферах жизни. Они стараются осуществить право граждан на информацию, не всегда подают сообщения без идеологического нажима, без четко выраженной идеологической позиции. Появились также еженедельники, журналы, которые вообще стараются обходить стороной политические проблемы.

Значительные изменения произошли в политической жизни страны – произошла смена советской политической системы на демократическую, в связи с чем появилось большое количество разнообразных СМИ политического характера. Данные изменения можно связать с тем, что при смене советской политической системы на демократическую происходит смена способов, методов и типов правового регулирования. Появляется новый тип правового регулирования – общедозволительный, в основе которого находится общее дозволение и которое строится по принципу «дозволено все, кроме того, что прямо запрещено законом», а также новый диспозитивный метод правового регулирования, который основан на учете инициативы, самостоятельности в выборе того или иного поведения участниками отношений. Данный метод предоставляет возможность политическим партиям, объединениям и движениям вносить существенный вклад в политобразование и социализацию масс, в их информированность и вовлечение в политические процессы, ведь для успешного функционирования демократической системы важно, чтобы среди граждан существовал интерес к формам управления, составу и работе политического аппарата¹. В связи с этим и появилось множество изданий демократической, коммунистической, национально-патриотической направленности.

В первую очередь, говоря о печатных изданиях, хотелось бы отметить, что с помощью данных средств массовой информации формируется правосознание граждан, определяется и формируется поведение в сфере права, экономики и бизнеса, вообще в различных отраслях жизнедеятельности. Данные цели в основном достигаются с помощью деловой и правовой прессы, целями которой являются

формирование информационной инфраструктуры, обеспечивающей потребности предпринимателей, пропаганда идей и принципов рыночной экономики, распространение законодательной и нормативной информации, создание положительного имиджа отечественного бизнесмена, широкое информирование читателей о мире бизнеса и права.

Сегодняшняя пресса служит целям правового воспитания, свободному обмену мнениями в кругу единомышленников, где возникает особая морально-психологическая атмосфера содружества и солидарности, внутренней организации, согласованию действий, координации усилий.

Вторым по времени появления средством массовой коммуникации после печати является радиовещание. Характеристика сложившейся ныне структуры российского радиовещания включает типологию радиоканалов по их содержательно-тематической направленности, характеру предлагаемой информации, функциональным характеристикам, адресату сообщений. Среди многообразия вещателей можно выделить радиостанции универсального или общего характера, программы которых включают широкий спектр информационных, аналитических, общественно-политических, научно-популярных, художественных, музыкальных, просветительских, развлекательных и других передач, предназначенных для всех категорий слушателей, включая молодежную и детскую аудитории. Особый сегмент эфира составляют информационные радиостанции. Главным компонентом программ этих станций являются выпуски новостей, идущие в интенсивном режиме, оперативные комментарии, интервью, репортажи, обозрения.

Особое место занимает радиостанция «Эхо Москвы», в программах которой оперативной информации и аналитике отведена важнейшая роль, выделены утренний, дневной и вечерний информационные каналы, которые в интерактивном режиме обсуждают со слушателями наиболее актуальные темы.

Развитие радиовещания в стране не остановилось в связи с переходом к новым политической и экономической системам, в связи с формированием и становлением нового Российского государства.

Радио по-прежнему играет важную роль, а подчас и ключевую, в системе средств массовой информации страны. Ведь в стране за долгие годы сложилась особая культура слушания радиопередач, появился прочный ин-

терес аудитории к радиовещанию, помимо этого, исторически радио было и остается одним из главных источников информации, особенно в регионах России.

Анализ структуры современного отечественного радиовещания на примере «Эха Москвы» позволяет выделить ряд важных тенденций в его развитии и наиболее четко определить его роль в жизни общества:

- сформировался стабильный интерес аудитории к радиопрограммам и радиовещанию в условиях широкого выбора каналов;

- определилась и консолидировалась аудитория слушателей;

- специализация канала, поиск своей вещательной ниши, своего формата программ, своей аудитории – важные направления развития вещания;

- новый импульс получило развитие информационного радиовещания, возросла его оперативность, достоверность, динамичность благодаря использованию постоянно расширяющегося спектра источников информации, новейших технологий;

- особенно заметно движение радиовещания в сторону обсуждения различных общегражданских позиций, правовых аспектов, что в значительной степени объясняется интересом аудитории к этим проблемам;

- прямой эфир и одновременная интерактивная трансляция радиопередач в сети Интернет стали повседневной вещательной практикой.

Радиослушатель непосредственно включается в процесс создания передачи как его участник.

Телевидение, в отличие от текстовой информации, «помогает мгновенно перенестись в любую точку земного шара, дает большую свободу выбора информации: предоставляет зрителю эрзац переживаний и впечатлений, которых он не имеет в реальной жизни; становится источником совета и помощи; облегчает общение с другими людьми, компенсирует чувство одиночества; помогает зрителю ощутить свою «включенность» в мир более престижных групп (элиты); дает возможность «подсмотреть чужую жизнь», расслабиться и забыть о тяготах и заботах»².

Именно с позиции манипуляции хотелось бы остановиться на роли телевидения в жизни граждан, а также его месте в системе СМИ, так как манипуляция – это одна из форм воздействия на поведение людей.

Методы пагубного воздействия СМИ для неподготовленных читателей, слушателей и телезрителей так же не видимы, как и радиация. Обыденное сознание открыто и доверчиво впитывает все, что говорят и показывают умные и профессиональные журналисты. Люди не подозревают, что ими целенаправленно управляют. Приемы и методы воздействия на общественное сознание через СМИ многочисленны. Некоторые из них так закамуфлированы, что журналисты легко обходят существующие нормы права в этой сфере. Умолчание о каких-либо важных явлениях в жизни, искажение масштаба событий, акцентирование внимания на второстепенных деталях, обращение к отрицательным уровням сознания, примитивизация оппонентов журналистами ведут к разжиганию межгрупповых, межэтнических, межнациональных конфликтов, к появлению чувства обмана, унижения, незащитности, неуверенности, утомленности, наконец, апатии у читателей, слушателей, зрителей³. Возможно, это одна из целей нынешних СМИ – сформировать у населения комплекс его неполноценности, социальной пассивности.

И в то же время сама по себе манипуляция не может быть оценена как положительное или отрицательное явление. Необходимо рассматривать ее с точки зрения социальной и правовой полезности. Если манипуляция наносит вред, если она разрушает социальные и правовые связи, необходимо избегать таких манипуляций. Если же манипуляция служит на благо обществу, если она является инструментом грамотного управления обществом, правового воспитания, правового регулирования, правового просвещения, то она, несомненно, имеет право на существование.

Сегодня телевидение занимает ведущее место среди СМИ по предоставлению информации, оно является доступным и хорошо развитым, а в связи с глобальными процессами развития приобретает поистине всеобъемлющий характер охвата населения не только отдельной страны, но и всего мира. Появляется возможность увидеть и почувствовать себя в качестве как телезрителя определенного события, так и его участника, а это во многом вызывает доверие и интерес, а также эффект сотворчества у телевизионной аудитории, что весьма характерно для гражданского общества. Появляется самая непосредственная возможность управления и влияния на аудиторию, так как создается своеобразный диалог

между аудиторией и СМИ, а это уже и воплощение идей, целей, и в то же время – инструменты и технологии осуществления этих целей.

Сказанное позволяет говорить о созидательном значении диалогового взаимодействия, которое возникает между аудиторией и телевидением и вообще СМИ. Ведь диалог – это не только способ усвоения информации, а прежде всего условие жизнеспособности системы массово-коммуникационного обмена информацией в истинно демократическом обществе, к которому мы все стремимся.

В данной связи верным является следующее наблюдение – использование СМИ в качестве канала прямой, а также представительной демократии средств массовой информации. Чтобы наиболее рационально обустроить жизнь собственной страны, вести переустройство общества в настоящее гражданское, в котором для каждого члена существуют свобода информационного выбора, реальное обеспечение в производстве, потреблении и владении информацией, необходимо коренным образом преобразовать СМИ. В гражданском, самоуправляющемся обществе всеобщая компьютеризация даст возможность участвовать в обсуждении и голосовании по важнейшим государственным и общественным проблемам. Как заметил О. Тоффлер, компьютер может быть самым большим другом демократии после урны⁴.

Печать, радио и телевидение представляют собой основные средства массовой информации, каждое из которых обладает рядом особенностей, проявляющихся в характере и способах донесения информации до аудитории.

К рассмотренным ранее средствам в последние десятилетия присоединяется и активно развивающийся четвертый тип каналов массовой информации – всемирная компьютерная сеть, представленная в наше время интернетом. Интернет включил Россию в глобальную информационную среду. В повестку дня поставлена в качестве важнейшей стратегической задачи развития страны и ее будущего проблема информационного общества и новых средств массовой информации⁵.

При этом для России Интернет – важнейшая часть, основа развития информационного и гражданского общества, а также ключевой элемент будущих прорывов в современную элиту государств. Ситуации, когда любой гражданин способен написать в «жи-

вой журнал» президенту или депутату, – уже не редкость, как и ситуации, когда сторонники тех или иных идей способны найти себя в сети Интернет (например, информация о предстоящем митинге «несогласных» после выборов в Государственную Думу РФ в декабре 2011 года).

В мире происходят три важных процесса в обмене информацией. Во-первых, глобализация, т.е. быстрый обмен информацией со всем миром. Во-вторых, благодаря тому же Интернету возможно развитие малых местных структур – современные информационно-коммуникационные сети дают возможность, как уже говорилось, малым группам, в том числе и этническим, присутствовать в виртуальном пространстве, объединяя своих представителей вне зависимости от государственных границ и географических расстояний. Наконец, в-третьих, особенность современного развития – это технологизм, переходящий в сфере массовых средств в технологический детерминизм; развитие мобильной телефонии, sms-сообщений открывает новые подходы к Интернету, минуя проводную связь⁶.

В современной России считается верным следующее наблюдение – Интернет и связанные с ним информационные структуры сегодня по существу создают и развивают общероссийское информационное пространство. И это невзирая на то, что интернет доступен относительно небольшому числу людей. В этом смысле сегодня интернет в российском информационном пространстве играет жизненно важную роль – он является не какой-то частной структурой, а одной из интегрирующих и формообразующих структур нашего информационного пространства в плане доступа к информации, к новостям, знаниям, различного рода документам и разным СМИ.

На основании вышеизложенного с учетом исследований ведущих специалистов в области средств информации можно сказать, что в целом средства массовой информации как сложно организованный субъект и объект гражданского общества отвечают следующим требованиям:

– сохраняют целостный характер, несмотря на существование разнообразных, отличающихся друг от друга СМИ, формируя единое информационное пространство для всех членов общества, постоянное информационное взаимодействие в общественной системе;

– располагают совокупностью компонентов, каждый из которых активно взаимодействует со своей средой и друг с другом на основе присущих СМИ закономерностей;

– имеют необходимый набор функций и их реализовывают, удовлетворяя информационные потребности личности, различных групп населения, общества в целом;

– для СМИ характерен непостоянный и рассредоточенный тип аудитории, которая образуется от случая к случаю в результате концентрации общего внимания на том или ином сообщении (статья, радио- или телепередача и пр.)⁷;

– СМИ являются организованной системой, действующей в соответствии с развитием условий жизни общества, имеют для этого необходимые организационные отношения между участниками массово-информационной деятельности.

Помимо системного подхода, характеризующего положение СМИ в обществе в качестве элемента гражданского общества, можно сказать, что средства массовой информации:

– удовлетворяют информационные потребности личности, различных общественных групп и организаций, содействуя их активному участию в процессах экономической, политической, правовой и культурной жизни общества;

– обеспечивают взаимодействие, сотрудничество, координацию и разделение труда между ними на основе совместно формируемых моделей поведения каждого социального субъекта;

– отражают реалии общественной жизни;

– собирают, производят и распространяют информацию в соответствии с динамикой общественного развития;

– привлекают к производству информации все творчески активные силы, которые служат общественному прогрессу, создают и обогащают духовный потенциал общества;

– используют для массового информационного прогресса современные информационные и коммуникационные технологии;

– обеспечивают реализацию многообразных функций СМИ в соответствии с процессами актуализации, ростом информационных потребностей членов общества;

– служат средством правового воспитания и правового просвещения;

– выполняют роль правового регулятора.

Рассмотрев данный элемент гражданского общества с позиций различных категорий, небезосновательно будет предположить, что СМИ в институциональном контексте есть социальное образование, учреждение, осуществляющее сбор, накопление, систематизацию, стереотипизацию и распространение массовой информации в интересах общества на основе имеющихся технологий и тем самым оказывающее как целенаправленное, так и спонтанное воздействие на все стороны социальной жизни, на сознание и поведение человека в условиях плюрализма и конкуренции мнений.

¹ Байчоров А. М. Введение в политологию. Минск, 1991.

² Храмцова Н. Г. Психология информационного воздействия. Курган, 2003.

³ Грабельников А. А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий. Итоги и перспективы: монография. М., 2001. С. 54.

⁴ Toffler A. Previews & premises. N. Y., 1983. P. 120.

⁵ Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. М., 2003. С. 55.

⁶ Засурский Я. Н. Система средств массовой информации России. М., 2003. С. 219.

⁷ McLuhan M. Understanding media: The Extensions of Man. N. Y., 1965; Система средств массовой информации России. М., 2003. С. 259.

Статья поступила в редакцию 10 февраля 2012 г.