

© 2011 г. *Е.А. Марков*

РОССИЙСКИЕ СМИ: МАНИПУЛИРОВАНИЕ ИЛИ ИНФОРМИРОВАНИЕ

Еще в 1932 г. немецкий исследователь Карл Ясперс отметил значение прессы для современного общества, заявив следующее: «Газета является духовным существованием нашей эпохи в качестве сознания того, как оно осуществляется в массах. Находившаяся сначала на службе по сообщению известий, она стала вскоре властительницей» [1]. Более того, Ясперс достиг глубокого уровня предвидения в смысле осознания роли и значения прессы в современном обществе: «Высказывается мнение, что, работая в прессе, невозможно сохранить духовную порядочность. Для того чтобы найти сбыт, пресса должна учитывать инстинкт миллионов; сенсация, вульгарность, доступная рассудку большинства, отказ от всех требований к читателю ведут к росту тривиальности и грубости. Чтобы жить, пресса должна все больше переходить на службу политических и экономических сил. Под руководством этих сил она обучается искусству сознательной лжи и пропаганды, рассчитанных на чуждые духу силы. Она должна покоряться диктату ее содержания и убеждений». Не правда ли, что К. Ясперс сумел разглядеть одну из главных проблем, характерных для условий деятельности СМИ в современных условиях.

Приведем также высказывание французского философа Режи Дебре о феномене телевидения.

– Это новый феномен последних 20 лет: кто не мелькает на ТВ, тот не имеет социального существования <...> Телевидение – самый главный рычаг власти правителей и их главная забота. ТВ создает новое глобальное пространство – время: то, что локально, моментально становится общемировым. Время становится как бы косвенным: важно не то, когда событие произошло, а когда оно было показано и воспринято. Этим я хочу сказать, что вопреки утверждениям позитивистов больше не существует самих по себе фактов, а

существуют представляемые факты: то, что ценится больше всего, – образ, представление [2].

Действительно, некоторые отечественные исследователи отмечают, что современные СМИ превратились всего лишь в инструмент управления обществом, утратив такие функции, как способность выражать интересы общества, быть средством общественного контроля за деятельностью власти, предоставлять власти объективную информацию об отношении населения к власти, т.е. посредником общества во взаимоотношениях с властью. «Сегодняшняя российская журналистика стремится быть более или менее эффективным инструментом управления обществом, а вовсе не «четвертой властью» как десять лет назад» [3].

Итак, одна из проблем, существующих в информационном взаимодействии власти и общества сегодня (что в особенности характерно для современной России) – это экономическая и политическая зависимость средств массовой информации. Зависимость, ограничивающая свободу деятельности СМИ и проявляющаяся в том, что значительная часть СМИ находится в руках крупного финансового и промышленного капитала, а другая часть учреждена властными структурами. Безусловно, назначение средств массовой информации, принадлежащих частному капиталу прежде всего состоит в том, чтобы отстаивать и защищать интересы своих учредителей. Но и государственные СМИ, которые, казалось бы, должны отстаивать интересы общества, не дают гражданам полной и объективной информации, поскольку жестко контролируются чиновниками, от которых во многом зависит финансовое благополучие прессы.

По оценке зарубежных экспертов, в России нет ни одного по-настоящему независимого издания, а 80 процентов СМИ напрямую контролируются федеральными и региональными государственными органами. Власти сохраняют жесткий контроль над СМИ, включая предварительный просмотр публикуемых материалов и неформальную цензуру [4, с. 123-124]. Как отметил председатель Союза журналистов России Всеволод Богданов: «Сегодня в средствах массовой информации реальной журналистики осталось 5, максимум 15 процентов. Больше – в печатных изданиях, меньше – на телевидении. Практически исчезли традиционные для отечественной прессы жанры – публицистика, аналитические материалы, фельетоны, обзоры писем, даже репор-

тажи. Преобладают лишь информация и расширенная информация. Да и то – расширенная информация, чаще всего, бывает заказным, хорошо оплаченным материалом» [5].

Зависимость средств массовой информации, отсутствие свободы деятельности СМИ позволяет власти использовать прессу в качестве эффективного инструмента манипулирования общественным сознанием. Манипулирование с помощью СМИ – один из самых негативных способов воздействия на сознание и поведение человека. По прогнозам ученых, манипуляция массовым сознанием, общественным мнением, наряду с национальными конфликтами, экологическими катастрофами и демографическими бедствиями, может превратиться в мировую глобальную проблему XXI века [6].

Занимая срединное положение между властью и обществом, масс-медиа очень сложно (если не сказать невозможно) не склониться на ту или другую сторону. В зависимости от своей принадлежности СМИ могут поддерживать либо власть, либо своих владельцев (также преследующих определенные и политические, и экономические интересы), либо общество. Естественно, что каждое отдельное СМИ не может одновременно быть инструментом и власти (бизнеса), и общества. Отсюда вытекает необходимость разделения (дифференциации) средств массовой информации на группы в зависимости от того, чьи интересы выражают определенные СМИ. Легче всего их разделить на государственные (муниципальные, правительственные), независимые и оппозиционные. Но это вовсе не означает, что каждое из них на всем протяжении своей деятельности не может, в зависимости от обстоятельств, поддерживать политику других СМИ, относящихся к другим группам. Другое дело, могут ли вообще средства массовой информации быть независимыми? (Наиболее независимыми являются в настоящее время сетевые СМИ, деятельность которых по природе своего существования, трудно поставить под жесткий контроль чиновников.)

Средства массовой информации – это весьма важный институт политической системы общества, обеспечивающий соревнование различных идей, мнений, точек зрения, существующих в обществе, что и является одним из главных условий общественного и государственного развития. Чем выше степень информационной конкуренции, тем выше уровень развития демократии и институтов гражданского общества. Отсутствие же информационной

конкуренции приводит к появлению информационных барьеров, которые может выстраивать власть, бизнес-структуры, а также и различные политические силы. Причем информационные барьеры могут быть различными по своей сути. Они могут проявляться в «информационной закрытости» органов власти, не желающих выпускать важную информацию. Информационная конкуренция определяет и политическую конкуренцию, выражающуюся в расстановке сил. Таким образом, именно власть должна быть заинтересована в развитии информационной конкуренции, которая сама по себе является одним из направлений реализуемой в стране информационной политики.

В начале 90-х гг. прошлого века российские СМИ некоторое время действительно были весьма эффективным средством контроля общества за деятельностью власти. Более того, они были духовными лидерами, занимавшими в жизни общества настолько важное место, что отдельные журналисты, став невероятно популярными, превратились во влиятельных общественных деятелей: В. Коротич, О. Лацис, Е. Яковлев, О. Попцов, И. Лаптев. А ведущие популярных телевизионных программ, таких как «Взгляд» (В. Листьев, А. Любимов, Д. Захаров, А. Политковский), «600 секунд» (А. Невзоров), «Пятое колесо» (Б. Куркова) – вообще стали народными кумирами. Показателем того, что СМИ владели умами и сердцами граждан, были фантастически огромные тиражи газет: «Аргументы и факты» – 33 млн. экземпляров – рекорд, отмеченный в книге рекордов Гиннеса; «Комсомольская правда» – 17 млн.; «Труд» – 15 млн.; «Известия» – 12 млн.; «Советская Россия» – 8 миллионов экземпляров. Многомиллионные тиражи были и у общественно-политических и литературных журналов, таких как «Огонек», «Новый мир», «Знамя», «Октябрь», «Нева», «Дружба народов» и т.д. [7].

А как относится к деятельности отечественных СМИ население страны сегодня? Доверяют ли своей прессе граждане? Как свидетельствуют данные опроса общественного мнения, проведенного ВЦИОМ (Всероссийский опрос проведен 25 – 26 июня 2005 г. Опрошено 1594 человека в 153 населенных пунктах в 46 областях, краях и республиках России. Статистическая погрешность не превышает 3,4%) [8], каждый четвертый опрошенный (27%) не доверяет никаким источникам информации. Если оценивать степень доверия по видам СМИ, то большинство россиян склонны доверять центральным сред-

ствам массовой информации - 41% опрошенных. Местным СМИ в целом по России доверяют 15% респондентов.

Начиная с 1990-х годов, интерес населения страны переместился с печатных средств массовой информации (новых перестроечных газет, тонких журналов) в сторону аудиовизуальных медиа и прежде всего – телевидения. Аудитория, читавшая печатную периодику, сократилась ко второй половине 1990-х годов примерно в 20 раз: из каждого 1 миллиона читателей осталось 50 тысяч человек [9, с. 251]. Более того, почти три четверти россиян считают необходимым существование цензуры в средствах массовой информации. Причем, 41% опрошенных заявили, что считает цензуру "обязательно" необходимой, еще 35% ответили, что ограничение свободы слова "скорее необходимо". По данным опроса, только 6% россиян считают, что цензура "совсем не нужна", а 13% думают, что она "скорее не нужна". Социологи также установили, что больше всего сторонников цензуры - среди женщин и представителей старшего поколения. По их данным, цензура пользуется наибольшей поддержкой в Уральском и Сибирском федеральных округах России. Результаты опроса свидетельствуют о том, что недовольство россиян связано не с излишней политической свободой СМИ, а с чрезмерным количеством насилия и секса в них [10]. Приведенные данные позволяют сделать вывод, что слабая эффективность государственных СМИ, критерием оценки деятельности которых является низкая степень доверия к ним россиян, заключается, прежде всего, в «отсутствии системы формирования и реализации информационной политики» [11].

В развитых демократических странах имеется целая система учреждений, призванных защищать конституционные права граждан на информацию. У нас в стране также имеются подобные учреждения, но полной и эффективно действующей системы организаций, защищающих как права и свободы граждан в области информации, так и права и свободы самих средств массовой информации, не имеется. В развитых странах такие организации успешно работают. Более того, они являются специализированными. Так, например, в Англии их целых шесть: совет по стандартам в теле- и радиовещании, комиссия по жалобам на телевидение, общество газетчиков, комиссия по жалобам на прессу, общество по жалобам в рекламном деле, общество издателей. Эти независимые учреждения издают кодексы для средств массовой информации

и обеспечивают соблюдение стандартов в их деятельности. Аналогичные органы есть и в других странах: в США – комиссия по этике, адвокатские бюро по защите прав средств массовой информации, в Бельгии – королевская комиссия, во Франции – Высший аудиовизуальный совет, в Финляндии и Швеции – специальные омбудсмены по прессе [12].

В России также идут процессы объединения журналистов, издателей, вещателей и распространителей для защиты своих интересов. Кроме уже давно существующего Союза журналистов РФ созданы новые: – Медиасоюз, Ассоциация главных редакторов и издателей, Национальная Ассоциация телерадиовещателей, Российская Ассоциация рекламных агентств. Все эти организации, действующие на общественных началах, объединяет желание не только защитить свои интересы в уже существующих условиях, но и повлиять на формирование законодательства в сфере производства и распространения информации, принять участие в выработке информационной политики государства.

Довольно долго в обществе обсуждается и идея создания наблюдательных общественных советов за деятельностью электронных средств массовой информации. В стенах Государственной Думы еще в начале 90-х гг. родилась инициированная левыми (в частности, тогда еще разделявшим взгляды коммунистов депутатом С. Говорухиным) идея о введении такой формы контроля за деятельностью государственных СМИ как наблюдательные советы. Цель создания таких органов – лишить исполнительную власть права проводить монопольную политику в отношении государственных СМИ, диктовать условия, произвольно назначать на руководящие посты в ведущие СМИ "своих" людей и снимать с должности негодных. В наблюдательных советах, по замыслу разработчиков, должны быть в равной степени представлены три ветви власти (президентская администрация, обе палаты парламента и судебные органы), творческая интеллигенция и журналистская элита. К основным функциям Совета предполагалось отнести осуществление контроля над государственными телерадиокомпаниями и определение их программной политики. Однако замысел не удался. Это и понятно: исполнительная власть, занимающая в вопросе информационного контроля очень жесткую позицию, не пожелала делить свои абсолютные властные полномочия с кем бы то ни было. С

другой стороны, неизвестно, насколько эффективно действовал бы созданный Наблюдательный Совет, и не было бы это чревато появлением в системе государственной власти очередной бюрократизированной структуры [13, с.33].

Необходимость регулирования информационных процессов, выработки определенной информационной политики в развитых странах осознали уже давно. Правительство Финляндии еще в 1972 г. объявило о создании официального комитета для «рассмотрения шагов, которое должно предпринять государство в области массовых коммуникаций» [14, с. 266]. А правительство Канады в 1973 г. представило «Предложения о новой политике в области коммуникаций для Канады». Комиссия ЮНЕСКО по вопросам исследований в области коммуникаций в 1972 г. рекомендовала выработку во всех странах национальной политики в области коммуникаций. В осуществление этой рекомендации комиссии ЮНЕСКО начала в 1974 году публиковать серию исследований о национальной политике в области коммуникаций в разных странах.

И все же, должно ли государство регулировать информационные процессы и проводить свою информационную политику? На этот счет существуют разные точки зрения. Представители одной из них утверждают, что средства массовой информации в демократическом обществе должны быть аполитичными и деидеологизированными. Но с этим утверждением невозможно согласиться, поскольку СМИ сами по себе являются источниками информации в обществе и в то же время являются коммуникационным каналом между органами власти и населением. А значит, СМИ не могут быть вне политики. Представители другой точки зрения занимают противоположную позицию, отводя СМИ роль отдельной ветви власти, которая не может стоять отдельно от политики. Не стоит отдавать предпочтение какой-то одной точке зрения. Скажем только, что СМИ в любом случае должны выполнять свое главное предназначение – нести обществу полную и объективную информацию.

В идеале, именно государство должно быть заинтересовано, чтобы средства массовой информации вели свою деятельность во благо государства и в интересах всего общества, соблюдая при этом действующее законодательство. А сами СМИ не могут быть абсолютно независимыми от своего государства, от своего гражданского общества, от отстаивания и ре-

ализации национальных интересов своей страны, от выполнения положений Конституции, которая гарантирует защиту прав и свобод граждан. Значит, государство должно регулировать информационные процессы и проводить свою информационную политику. Вместе с тем, участвовать в выработке принципов информационной политики должны не только органы власти, но и политические партии, профессиональные организации, профсоюзы, общественные организации, научные учреждения и отдельные лица, имеющие на этот счет свои взгляды. Государственная информационная политика должна иметь основной своей целью создание правовых, политических, экономических, морально-этических, социально-психологических и других условий для обеспечения диалога государства и гражданского общества [15, с. 22].

ЛИТЕРАТУРА

1. Ясперс К. Духовная ситуация времени. Jaspers K. Die geistige Situation der Zeit. В. Leipzig, 1932.
2. Власть идей и идея власти // Независимая газета. 25.04.1995 г.
3. Лукьянова И.А. Так все-таки: манипуляция или сотрудничество? Материалы семинара Национального Института Прессы. Самара, 2000.
4. Доклад о деятельности Уполномоченного по правам человека в РФ в 2000 году. М., 2001.
5. Загадочная журналистика XXI века.//Аргументы недели. № 39 (73), 27.09.2007 г.
6. Средства массовой коммуникации и их воздействие на массовое сознание // Массовые информационные процессы в России. М., 2002.
7. www.rg.ru/Anons/ark_2000/1025/1.shtm
8. <http://www.mediaatlas.ru/news/?id=17026/>
9. Пути России: 20 лет перемен. – М.: МВШСН, 2005.
10. <http://www.zakon.kz/our/news/news.asp?id=19879/>
11. Доктрина информационной безопасности РФ// Российская газета, 2000. 28 сентября.

12. Общественные науки и современность. 1997. № 3.
13. Швидунова А. СМИ как субъект политического процесса и инструмент политических технологий. http://polbu.ru/shvidunova_smi/
14. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М., 1980.
15. Попов В.Д. Государственная информационная политика: состояние и проблемы формирования // Массовые информационные процессы в России. М., 2002.

*Череповецкий государственный
университет*

9 апреля 2011 г.
