

**Деятельность средств массовой информации в условиях анонии
российского общества**

Вольвач Роман Валентинович

Аспирант

*Академия государственной службы при Президенте РФ, Государственной службы и
управления персоналом, Москва, Россия*

E-mail: alphamonitoring@gmail.com

**ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В УСЛОВИЯХ АНОНИИ
РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА**

Автор: ВОЛЬВАЧ Р.В., Институт современных коммуникационных систем и технологий Международной академии бизнеса и управления (г. Москва), старший преподаватель кафедры Связей с общественностью, Институт государственной службы и управления персоналом РАНХ и ГС при Президенте РФ, аспирант кафедры Общественных связей и медиаполитики. Адрес: 129594, Москва, 5-й проезд Марьиной Рощи, д. 15-а. Тел./факс +7 (495) 688-88-63. E-mail: alphamonitoring@gmail.com

Аннотация: в статье рассматривается влияние СМИ на российское общество в условиях неразвитости социокультурных регуляторов. Изучается корреляция пропагандируемых СМИ ценностей и норм и нравственных ценностей россиян.

Ключевые слова: информационное влияние, социокультурные регуляторы, анония, общественное мнение, общественное сознание.

Как известно, в переходный период развития обществ резко возрастает роль средств массовой информации.

Так, функцией средств массовой информации в советский период развития российского общества являлась пропаганда общих целей успеха, занимающих высокое положение в иерархии культурных ценностей социалистического общества, например, высокой грамотности населения и высокой квалификации рабочих и служащих. Всеобщий и равный доступ к образованию всех уровней, обеспеченный советским правительством для абсолютного большинства советских граждан, а также для граждан иностранных государств, служили своего рода гарантией достижения легитимными средствами пропагандируемых советскими СМИ целей успеха.

Либерализация деятельности СМИ в период перестройки и гласности, формирование рынка независимых от государства СМИ, обеспечили новым российским СМИ возможность осуществлять пропаганду ценностей и норм, характерных для общества иного культурно-исторического типа — рыночного капиталистического общества. Поэтому «отсутствие идеологии, продекларированное в Конституции РФ, открыло беспрепятственное движение новым информационным потокам» [5, С. 85] В результате в российском информационном пространстве были представлены нормы и ценности рыночного капиталистического общества, призванные вестернизировать общественное сознание россиян, подготовить их к восприятию идеи периферийности России. По мнению Александра Зиновьева, «запад всегда стремился и стремится к колонизации России и к уничтожению ее статуса как великой державы, даже к исчезновению ее «со сцены истории» [12].

Смена политического строя, либерализация общественных отношений во всех сферах жизни общества вступили в противоречие с неготовностью большей части россиян к восприятию норм и ценностей демократического капиталистического общества, и породили ситуацию, при которой значительная часть российских граждан воспринимала происходящие в обществе события как нарастающий хаос и анархию. «Переход России от тоталитарного общества к демократическому освободил население страны от необходимости соблюдать старые, советские нормы, но не создал условий для выполнения новых законов и правил» [3, С 158].

Как отмечает В.А. Порыгина, традиционные нормы регламентированного поведения в условиях рынка оказываются недейственными, а образцы инновационного поведения населением не усвоены. Поэтому в обществе «процветает нерегулируемая твердыми законами конкуренция, порождающая мошенничество, коррупцию и преступность» [3, С. 126]. Таким образом, распространение мошенничества, коррупции и преступности на этапе становления рыночной экономической системы в российском обществе было обусловлено следующими факторами:

1) отсутствием в условиях общества переходного типа социокультурных регуляторов жизнедеятельности людей, прежде всего нравственных институциональных ориентиров и культурных образцов поведения;

2) особым характером деятельности СМИ в новых социально-экономических условиях жизни Россиян.

Авторы относят Российское общество к числу переходных обществ.

Характеристиками переходных обществ, по мнению авторов, являются:

- 1) акцентирование экономических целей в ущерб культурным;
- 2) подвижность нравственных институциональных ориентиров;
- 3) отсутствие культурных образцов поведения [3, С. 148].

Поскольку Э.Дюркгейм рассматривал переходное состояние обществ как питательную среду для произрастания аномии, когда старые социальные нормы утрачивают свое регулирующую и контролирующую роль, а новые еще не утверждены, то данный комплекс характеристик российского общества как переходного способствует развитию в нем состояния аномии.

Рассмотрим понятие аномии.

По мнению Р. Мертона, к аномии приводит процесс ослабления действия институциональных норм в обществе: «по мере продолжающегося размывания институциональных норм общество становится нестабильным, и в нем появляется то, что Дюркгейм называл «аномией» (или безнормностью)» [6, С. 248].

Э.Дюркгейм рассматривал общество как нормативную систему, состояние которой определяет благополучие всего общества, поэтому для общества вполне естественно стремление к сохранению своей нормативной базы. В обществе не могут отсутствовать социальные нормы, однако на том или ином историческом этапе или при определенных внешних и внутренних условиях существования общества их количество и эффективность может меняться. Снижение эффективности социальных норм приводит к такому явлению, как аномия (греч. а — отрицательная частица, nomos — закон; фр. anomie — отсутствие закона), т.е. беззаконие, отсутствие норм [3, С.119-121].

Питательную среду для произрастания аномии Э.Дюркгейм видел в переходном состоянии обществ, когда старые социальные нормы утрачивают свое регулирующую и

контролирующую роль, а новые еще не утверждены.

Индикатором аномии российского общества является конфликт между культурными ценностями и социальными нормами. В тоже время, в других странах (США, Европа), по данным исследований, «существует высокий уровень корреляции между законопослушанием, принятием общественных ценностей и реализацией успешных практик» [8].

С нашей точки зрения, деятельность СМИ в современном российском обществе с присущими ему характеристиками переходного общества усиливает состояние аномии.

Средства массовой информации как социальный институт, наряду с образованием, традиционно играют важнейшую роль в процессе социализации индивидов. СМИ способствуют интернализации норм, правил, культурных образцов поведения на уровне индивидуальной системы ценностей.

По мнению авторов учебника «Основы теории коммуникации», люди, как правило, принимают те социальные нормы, этические требования, эстетические принципы, которые длительно пропагандируются СМИ как положительный стереотип мышления и поведения. Так происходит социализация или ресоциализация индивида в соответствии с нормами, действительными для общества в данный исторический период [1, С.466].

Деятельность СМИ в обществе является одним из главных факторов формирования ценностей, разделяемых взаимодействующими индивидами. СМИ также ориентируют поведение людей на основные ценности общества [1, С. 469].

С одной стороны, символическое содержание медиапродуктов, например, телесериалов российского производства, репрезентирует смыслы, *ориентирующие* поведение людей на ценности рыночного капиталистического общества — индивидуальную наживу и материальный успех. С другой стороны, СМИ часто публикуют материалы о девиантных формах материального обогащения: коррупции, воровстве, мошенничестве, бандитизме.

Двойственность подходов к материальному богатству и источникам его приобретения формирует у многомиллионной российской аудитории СМИ мировоззренческий конфликт. В основе этого конфликта противоречие между представлением о том, что основным символом жизненного успеха является богатство и негативным отношением к предпринимательской деятельности как основному средству материального обогащения.

Во-первых, это противоречие является фактором возникновения фрустрации в сознании аудитории СМИ, которая служит психологическим индикатором социальной напряженности.

Во-вторых, существует корреляция между частотой сообщений СМИ о правонарушениях и преступлениях и ответной реакцией аудитории на эти сообщения. Так, по мнению авторов, частотность сообщений СМИ о преступлениях и безнаказанности преступников, «снижают чувствительность населения к отклонениям, а повторяющиеся конструкты закрепляются как наиболее целесообразные образцы поведения» [3, С. 300]. Поэтому следует принять точку зрения о том, что частотность сообщений СМИ о преступлениях и безнаказанности преступников способствует институционализации неправовой свободы в российском обществе.

По мнению кинокритика и главного редактора журнала «Искусство кино» Даниил Дондурья, современные российские телесериалы транслируют советские архетипы: «де-

вать из десяти предпринимателей — персонажей телефильмов, в сущности, моральные уроды» [7].

Особенностью современного российского телевидения является то, что это канал распространения кинопродукции. По мнению Даниила Дондуря, «54% всего эфирного времени — это кинопродукция, основные деньги — около 700-800 млн., — связаны с кинопродукцией» [4].

Выступая на Международной конференции «Связи с общественностью в России и странах бывшего СССР: актуальные тенденции, технологии, проекты», проходившей в Москве 2-3 марта 2006 года, Даниил Дондурей выделил также следующие особенности символического содержания современного кинопродукта:

1) «культ успеха преподносится исключительно как «халявные деньги» — обманул, украл, получил наследство, «мы тут сидим, а денежки текут»» [4];

2) культ катастрофизма, своеобразная «фабрика страха», что связано с запретом на позитивную информацию в новостях и в любых проектах [4].

3) культ насилия и культ аморализма. «В прайм-тайм рассказывают, как внуки убивают бабушек, как ведет себя мать, узнав о том, что ее дочь изнасилована, и т. п.» [4];

4) массовая культура противостоит интересам россиян. «Телевидение стало перекачивать качественную культуру в «Гламур», «Рублевку лайф», но это никак не колеблет фундаментальные представления людей о жизни. Завтра они, восторгавшиеся прекрасной работой Абрамовича на Чукотке, пойдут его уничтожать. Они к этому готовы, им так рассказывают сегодня про справедливость» [4]. В период с 1993 по 2005 годы в России было произведено 850 фильмов, «и ни в одном из них бизнесмен не показан в позитивном ключе» [4].

По данным всех опросов общественного мнения, значительная часть населения России воспринимает существующую экономическую систему российского общества как чуждую и глубоко несправедливую [8].

Среди факторов формирования такого отношения, мы выделяем наряду с социальным неравенством (высоким социальным расслоением) и высокой степенью коррупции также частотность сообщений СМИ об экономических преступлениях и безнаказанности преступников.

Воздействие СМИ на индивидуальную систему ценностей с целью утверждения денег в качестве основного символа жизненного успеха, при отсутствии гарантированного государством всеобщего и равного доступа для больших социальных групп к предпринимательству как основному средству материального обогащения, выступает серьезным мотивирующим фактором для индивидов, усвоивших продуцируемый СМИ культурный акцент на денежный успех.

Р. Мертон в своей монографии «Социальная теория и социальная структура» утверждает: «В ряде исследований было показано, что в некоторых специализированных областях порок и преступление являются «нормальной» реакцией на ситуацию, когда культурный акцент на денежный успех был усвоен, а доступ к общепризнанным и законным средствам достижения этого успеха — почти полностью перекрыт» [6, С. 261].

Р. Мертон, при изучении причин девиантного поведения, исследовал структуру американского общества и пришел к выводу, что «именно когда система культурных ценностей превозносит до небес, ставит буквально выше всего некоторые общие цели успеха

и навязывает их всему населению в целом, в то время как социальная структура жестко ограничивает или полностью перекрывает для значительной части того же самого населения доступ к одобряемым способам достижения этих целей, — именно тогда принимает широкие масштабы девиантное поведение» [6, С. 263–264].

В тоже время, в качестве элементов российского социума, ограничивающих или перекрывающих для значительной части населения доступ к одобряемым способам достижения общих целей успеха, по мнению российских авторов, необходимо рассматривать не только социальную структуру, но также политический режим и административную систему. Так, «если символы денежного успеха становятся общими для всего населения целями и каждый волен на них ориентироваться, а социальная структура, политический режим или административная система строго ограничивают или полностью закрывают (для больших социальных групп – прим. автора) доступ к законным способам достижения этих целей, то расширяется диапазон не просто девиантного (законного), но делинквентного (противозаконного) поведения. Неизбежно возрастает степень социальной напряженности» [3, С. 151].

Аномия формирует в российском обществе альтернативные типы поведения, включая альтернативное экономическое поведение, которые, тем не менее, должны осуществляться в рамках закона, иначе их можно рассматривать как криминальное поведение. Таким образом, все члены общества должны избирать легальные пути достижения целей, которые занимают высокое положение в иерархии культурных ценностей. Это определяет эффективность функционирования общества. Поэтому по мнению С.С. Фролова, «общество будет функционировать эффективно когда большинство его членов будет принимать устоявшиеся нормы и действовать в основном в соответствии с ожиданиями других индивидов» [9, С. 110].

По мнению авторов, состояние аномии или неинституционализированной свободы российского общества, утверждающее принцип «совершай все, что хочешь, если можешь избежать правосудия», «способно удовлетворить небольшие группы людей, усвоивших неформальные нормы поведения... Их характерная черта — умение и желание действовать вне закона и вопреки ему. Но состояние аномии не может удовлетворить ту часть социально активного населения (интеллигенция и предприниматели), которая предпочитает легальный бизнес и действия в рамках закона» [3, С. 148].

Условия социальной среды, при которых для достижения денежного успеха требуется пренебрегать моральными нормами и преступать закон, естественным образом вступают в противоречие с нравственными установками людей. В результате возникает конфликт между средствами достижения денежного успеха и нравственными установками людей. Он в свою очередь формирует в обществе запрос на социальный порядок и справедливость. Социальный порядок, согласно опросам Института социологии РАН, «остаётся для россиян некоей «сверхценностью», занимающей, наряду со справедливостью и свободой, место в числе трех важнейших ценностных компонент» [13].

Социальный порядок, по мнению многих россиян, должен обеспечивать как свободу индивидов и их общностей, так и безопасность. Запрос на социальный порядок обусловлен, по мнению авторов, не социокультурной традицией или рабской психологией русских людей, а реакцией общества на хаотичность тех общественных процессов, с которыми сталкивалась страна на протяжении последнего десятилетия [8].

Социальный порядок мы определяем как состояние общественных отношений, при

котором индивид в своем стремлении к достижению целей, занимающих высокое положение в иерархии культурных ценностей конкретного социума, осознает ожидаемое от него обществом либо социальной группой поведение и действует в соответствии с социальными нормами, предполагая, что и другие члены общества в аналогичных ситуациях также будут руководствоваться этими нормами. Поэтому, по мнению Р. Мертона, «сеть ожиданий, конституирующая всякий социальный порядок, поддерживается модальным поведением его членов, выражающим подчинение установленным, хотя, возможно, и постоянно меняющимся культурным образцам. И лишь благодаря тому, что поведение, как правило, ориентируется на основные ценности общества, мы можем говорить о том, что скопление людей образует общество. До тех пор, пока не сложился запас ценностей, разделяемых взаимодействующими индивидами, существуют только социальные отношения, если можно так назвать беспорядочные взаимодействия людей, — но не общество» [6, С. 256].

Подходы современного российского кинематографа к определению социального порядка и социальной справедливости отличаются от доминирующих в обществе представлений о содержании и смысле данных категорий.

Так, в современных телефильмах социальная справедливость представлена следующей формулой: «негодяй всегда должен быть наказан, неважно, сядет ли он в тюрьму или ему просто набьют морду» [10].

В тоже время, согласно данным еженедельного всероссийского исследования омнибусного типа «Экспресс», проводимого ВЦИОМ, наиболее распространенной среди россиян является трактовка социальной справедливости как равенства всех граждан перед законом (36% респондентов). 16 % россиян рассматривают социальную справедливость как равенство стартовых возможностей [14].

В равенстве всех граждан перед законом
36%

В том, чтобы уровень жизни всех был бы примерно одинаковым, не было бы ни богатых, ни бедных
20%

В том, чтобы каждый мог достичь того, на что он способен
13%

В том, чтобы положение каждого члена общества определялось его трудовыми усилиями
12%

В гарантиях для социально незащищенных, социальной ответственности
11%

Никакой социальной справедливости не было и никогда не будет
6%

Ни с чем из этого я не согласен/Затрудняюсь ответить
1%

Таблица 1. Распределение ответов респондентов на вопрос «У каждого человека есть свое понимание социальной справедливости. А в чем, на Ваш взгляд, состоит социальная справедливость? (закрытый вопрос, один ответ)» [14]

Следовательно, в обществе доминируют суждения, которые рассматривают социальную справедливость как равенство всех граждан перед законом и равенство стартовых

возможностей.

В тоже время, доминирующим в обществе представлениям о социальном порядке и социальной справедливости противоречат транслируемые современными российскими телефильмами установки, которые, по мнению Д. Дондурей, определяют, что люди не должны согласовывать свое поведение с моральными и правовыми нормами, поскольку их нет либо они утратили авторитет в обществе, а руководствоваться исключительно понятиями криминальной социальной среды («жить по понятиям»), учиться самостоятельно давать отпор, никому не доверять и уметь давать взятки [7].

В связи с этим Э. Дюркгейм указывал, что невозможна абсолютная anomia, т. е. полное отчуждение от нравственных норм: «если люди не подчиняются одним нормам, это означает, что в этот момент они подчиняются другим нормам» [3, С. 119].

Таким образом, если люди не будут руководствоваться институционализированными нормами, тогда их поведение будет определяться понятиями криминальной социальной среды.

Трансляция современными телефильмами рассмотренных установок сознания и поведения провоцирует отказ от институциональных норм и способствует принятию соответствующих норм криминальной социальной среды: («жить по понятиям»), учиться самостоятельно давать отпор, никому не доверять и уметь давать взятки.

Подведем предварительные итоги.

1. Деятельность средств массовой коммуникации обеспечивает трансляцию культурных ценностей на аудиторию российского общества. Этим она способствует усвоению культурных ценностей в обществе.

2. СМК формируют привлекательные для большей части аудитории российского общества образы денежного успеха. Это способствует усвоению россиянами культурного акцента на денежный успех.

3. Трансляция СМК ценностей обогащения обуславливает их принятие большими социальными группами, в то время как неэффективное правовое регулирование экономических отношений в российском обществе и незащищенность экономических субъектов препятствуют доступу к законной экономической деятельности как средству обогащения. Таким образом, трансляция СМК символов денежного успеха вступает в противоречие с отсутствием легитимных путей достижения такого успеха для больших социальных групп, что обуславливает ситуацию anomia российского общества в соответствии с подходом к anomia Роберта К. Мертона.

4. В условиях anomia российского общества смыслы, которые воспроизводят современные телевизионные сериалы в сознании аудитории, противоречат доминирующим в российском обществе представлениям о социальной справедливости и препятствуют формированию социального порядка: провоцируют отказ от институциональных норм и способствуют принятию соответствующих норм криминальной социальной среды: («жить по понятиям»), учиться самостоятельно давать отпор, никому не доверять и уметь давать взятки.

Литература

1. Василик М.А. и др. Основы теории коммуникации: учебник /Под ред. проф. М.А. Василика. — М.: Гардарики, 2003. — 615 с.

2. Добренъков В.И., Кравченко А.И. Фундаментальная социология: В 15 т. Т. VI: Социальные деформации. — М.: ИНФРА-М, 2005. — 1072 с.
3. Добренъков, В.И. История западной социологии (20-60-е гг. XX в.): учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 040201 "Социология". — М.: Альма Матер: Академический проект, 2012. — 600 с.
4. Дондурей Д. От производства и потребления массовой культуры к креативным технологиям формирования общественного сознания: доклад на Международной конференции «Связи с общественностью в России и странах бывшего СССР: актуальные тенденции, технологии, проекты», 2-3 марта 2006 года, Москва // Пресс-служба, № 5, 2006.
5. Маркова Н.Е. Цивилизация: информационный комплекс // «Проект Барьер». Сборник статей. М.: ИСЭПН РАН, 2004. — 103 с.
6. Мертон, Роберт К. Социальная теория и социальная структура / Роберт Мертон; [пер. с англ. Е.Н. Егоровой и др.]. — М.: АСТ: Хранитель, 2006. — 873 с.
7. Москаленко Л. Нужен анализ транслируемых ценностей: интервью главного редактора журнала «Искусство кино» Д. Дондурея / Эксперт. № 38 (820), 2012.
8. Петухов В.В. Ценностная палитра современного российского общества: «идеологическая каша» или поиск новых смыслов? // Мониторинг общественного мнения», №1 (101), 2011.
9. Фролов С.С. Основы социологии: учебное пособие. - М.: Юристъ, 1997. — 343 с.
10. Негодяй должен быть наказан: интервью режиссера С. Гинзбурга / Эксперт. № 38 (820), 2012.
11. Бызов Л.Г., Боков М.Б., Тарусин М.А. Политические и мировоззренческие ценности россиян и трансформация партийно-политической системы страны: отчет по результатам исследования фонда «Центр политической конъюнктуры» совместно со ВЦИОМ // IGPI.RU: Веб-сайт международного института гуманитарно-политических исследований. URL: <http://www.igpi.ru/info/people/byzov/grant.pdf>
12. Кирквуд М. Понятие идеологии в творчестве Александра Зиновьева. Доклад на второй международной конференции “Зиновьевские чтения в Московском университете” 6 – 7 ноября 2008 года в МГУ им. М.В.Ломоносова // Информационный интернет-портал «Академия Зиновьева». URL: <http://zinoviev.org/az/alexander/klub/ponyatie-ideologii/>
13. Российское общество: мировоззрение, социальные установки, духовные предпочтения: фрагменты аналитического доклада Института социологии РАН // ISRAS.RU: Веб-сайт Института социологии Российской академии наук. URL: <http://isras.ru>

14. Еженедельное всероссийское исследование омнибусного типа «Экспресс», Всероссийский центр изучения общественного мнения. Исследуемая совокупность – взрослое население России (18+). Методическая основа: выборочный опрос населения Российской Федерации по репрезентативной выборке. Опрос реализуется посредством включения блоков вопросов по различным темам в омнибус «Экспресс». Выборка объемом 1600 респондентов репрезентирует взрослое население РФ по полу, возрасту, трудовому статусу (занятость) и типу населенного пункта, в котором проживает респондент. По типу выборка является многоступенчатой, стратифицированной, территориальной, случайной. Опросы проводятся в 46 субъектах страны, в 138 населенных пунктах. Из рассмотрения исключены малонаселенные, труднодоступные регионы, а также Чечня и Ингушетия. Статистическая погрешность при такой выборке не превышает 3,4%. Метод опроса – формализованное интервью по месту жительства. Дата проведения опроса: 14.04.2013 // База социологических данных ВЦИОМ. URL: http://wciom.ru/zh/print_q.php?s_id=903&q_id=62814&date=14.04.2013