А.Г.Киселев,
доктор социологических наук, профессор;
С.В.Коновченко,
доктор политических наук, доцент

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА В РОССИИ

Роль средств массовой коммуникации в реформировании России

За последние 18 лет СМИ в своем развитии прошли через несколько этапов – сначала разрушая авторитарную систему и защищая интересы широких масс, а затем группируясь вокруг интересов отдельных корпораций и государства (большая часть СМИ) и при этом не отказываясь от относительно независимой социально-политической позиции (меньшая часть СМИ). Не вполне позитивным преобразованиям в своей структуре и системе СМИ обязаны отсутствию внятной стратегии и тактики государственной информационной политики. Общество не может развиваться при атрофии общественной мысли. В свою очередь, без развитого общества невозможны демократические преобразования.

Для развития общества необходим свободный поток информации, заставляющий человека думать и принимать осознанные решения, а не послушно действовать согласно ожиданиям политических технологов. Плохо информированное общество не может ответственно выполнять свои обязанности по формированию политики и политических институтов, и это чревато негативными последствиями для страны в целом, если не сегодня, то завтра. Вхождение в информационное общество усиливает необходимость формирования человека «третьей волны», для чего требуется широкий поток информации и умение мыслить, создавать собственные «образы».

За последние десять непростых в экономическом и социально-политическом планах лет произошли серьезные изменения. Значительно возросла внутренняя ответственность: доля надеющихся на себя, а не на власти, увеличилась с 43,3% в 1990 г. до 78,3% в 2002 г., то есть люди освобождаются от патерналистских традиций, становятся более самостоятельными в своих решениях. Средний класс (выделяемый по совокупности критериев: образование, доход, самоидентификация) составляет около 14% населения (прирост в 1999 – 2002 гг. 1%), хотя в ходе изучения к нему относили себя почти 50% опрошен-

ных[1], что свидетельствует о престижности его статуса[2]. Т.И.Заславская в 1998 г. определяла средний слой в 14 – 18%[3], поэтому можно считать, что мы приближаемся к этой отметке сегодня. Примечательно и увеличение числа сограждан, мыслящих в рамках действия рыночных механизмов, механизмов формирования не сильного авторитарного государства, а демократического.

Исследования показывают, что примерно для половины населения страны одинаково важными сегодня являются демократия и безопасность. В структуре ценностей населения сформировался устойчивый либеральный слой, хотя по-прежнему сохраняется оппонирующий ему традиционалистский (сказывается влияние западного и восточного типа ментальности). Однако важным является то, что либеральные идеи вышли за рамки элитарности, становятся частью российских ориентиров для широкой общественности. Люди все более дифференцированно воспринимают свои права и свободы, рациональнее осознают и реализуют свои интересы в политике и экономике: за период с 1990 по 2002 г. произошла дифференциация одиннадцати основных прав и свобод человека. В число наиболее важных и наиболее нарушаемых попали равенство перед законом; права на безопасность и защиту личности, на личную собственность, на труд и на образование[4].

Однако важнейшей проблемой общества остается бедность, и борьба с нею стала приоритетной задачей. В решении этого вопроса Россия значительно запаздывает: в Англии формы работы по борьбе с бедностью берут свое начало от «Закона о бедных» 1601 г. В течение XX в. в Европе реализуется принцип субсидиарности (от лат. subsidium ferre – оказывать помощь), когда государство предлагает своим гражданам различного рода помощь, чтобы они могли самостоятельно решать свои проблемы на основе самоорганизации и самоконтроля. Такой способ помощи помогает человеку оставаться самодостаточным в критических ситуациях, щадит чувство собственного достоинства.

---

[1] Приводятся результаты всероссийского социологического мониторинга «Наши ценности и интересы сегодня», осуществляемого Центром изучения социокультурных изменений Института философии РАН (ЦИКСИ ИФРАН). См.: *Лапин Н.И.* Как чувствуют себя, к чему стремятся граждане России // Социологические исследования. 2003. № 6.

[2] Возможно, речь идет о среднем слое, как его характеризует Т.И.Заславская, предполагающая, что он может составлять базу формирования среднего класса. См.: *Заславская Т.И.* Социетальная трансформация российского общества. М., 2003.

[3] *Заславская Т.И., Громов Р.Г.* К вопросу о «среднем классе» в российском обществе // Мир России. 1998. № 4.

[4] См.: *Лапин Н.И.* Указ. соч. С. 83 – 85.

Такого рода программы необходимы и нашей стране. А пока цифры, характеризующие состояние бедности в России, следующие. Когда в 1997 г. в Страсбурге на конференции ООН была принята декларация, согласно которой основой гарантированного социального минимума жизни людей должна была являться почасовая заработная плата в размере 3 доллара в час, в России среднечасовая оплата составляла чуть больше доллара, при этом она колебалась от 4,6 доллара в газовой промышленности до 0,8 доллара – в науке и 0,4 доллара – в сельском хозяйстве. Одновременно для современной России характерна высокая дифференциация населения по уровню доходов (до 30 и более раз по децильному коэффициенту без учета объемов теневой экономики), диспропорции в уровнях заработной платы между отраслями экономики (в 6 – 7 раз), между регионами страны (в 5 – 10 и более раз), внутри предприятий (от 20 до 100 и более раз). Сегодня доходы населения так и не вышли на докризисный уровень, поскольку восстановление экономики осуществлялось за счет крайне низкого уровня жизни населения: по данным Госкомстата России, в I квартале 2000 г. 41,2% населения имели доходы ниже прожиточного уровня[1]. В свою очередь, низкий уровень жизни становится одним из ограничителей развития экономики.

В 2002 г. на удовлетворение культурных потребностей одного россиянина приходилось 100 рублей бюджетных средств, небывало низкий уровень жизни не позволяет 90% населения страны удовлетворять разнообразные потребности за счет своих сбережений (в первую очередь это касается культурных потребностей). В итоге по индексу развития человеческого потенциала (ИРЧП)[2] за 2000 г. Россия заняла 60 место среди 173 государств между Малайзией (59) и Доминиканской Республикой (61). Если вложения в развитие человека, в первую очередь в сфере образования и медицины, резко не увеличатся, нас ожидает дальнейшее снижение качества человеческих ресурсов, и как результат – окончательный крах страны как мировой державы. Ибо создание постиндустриального общества возможно только при смене экономической мотивации на внеэкономическую, которая появляется только после удовлетворения экономической[3].

---

[1] См.: *Григорьева И.А.* Человек в социальном государстве: согласование интересов. СПб., 2002. С. 158 – 160.

[2] Индекс развития человеческого потенциала появился в международной практике в 1990 г. для межстрановых сравнений по трем показателям: ожидаемая продолжительность жизни, уровень образования, реальный душевой ВВП. Значения ИРЧП колеблются от нуля до единицы и публикуются в ежегодных материалах ООН.

[3] Речь не идет об экстренных ситуациях, таких, например, как военные действия.

Какой вклад в развитие этих процессов через сбалансированную информационную политику способны внести СМИ?

Во-первых, российские СМИ, как социально-политический и интеллектуальный авангард общества, должны поставить в основание своей информационной политики функцию неназидательно «развлекая, просвещать», поднимая до своего уровня среднего потребителя, вооружая его объективным представлением о происходящих процессах и снабжая многообразием информации, дающей почву для сравнений и размышлений. Прежде всего необходимо обратить внимание на молодежь, проблемы ее образования и на формирование шкалы ценностей. В условиях развитой демократии ценится тот, «кто сам себя создал»: 80% современных американских миллионеров заработали состояние самостоятельно, а не приумножили полученное. Российские же СМИ в качестве героев современности предлагают лидеров криминалитета, нечистоплотных бизнесменов и их пассий, предпочитающих чувствам чековые книжки. Необходимо изменять приоритеты в ориентации молодежи с сегодняшних – экономических, на завтрашние – внеэкономические. Для этого следует объяснять, что наступило время, когда объектом применения знаний становятся сами знания, для чего необходим высокий порог образования. Одновременно СМИ следует чаще обсуждать проблему вложения средств в создание условий для развития детей и юношества, которая является первоочередной, ибо общество эволюционирует в направлении, определяемом уровнем развития юношества, хотя и задает это направление через обратные связи взрослая часть населения. Обсуждать данную проблему следует до тех пор, пока те, от кого зависит ее решение, примут необходимые меры.

Во-вторых, СМИ необходимо активизировать консолидирующую функцию трех ведущих сил общества, являющихся фундаментом демократического государства: власти, бизнеса и СМИ, которые в настоящее время, до активизации негосударственных и некоммерческих организаций (НКО/НГО), представляют в данном триумвирате общественные интересы. Действительность такова, что между ветвями власти, федеральной и местной властью, бизнесом и властью, властью и СМИ, бизнесом и СМИ ведется перманентное, далеко не всегда оправданное, выяснение отношений. При этом все стороны забывают, что наименьшие потери ожидают их при разумном поиске компромиссов.

К сожалению, СМИ в силу экономической зависимости не всегда могут выступать равноправным партнером в подобном диалоге. Тем не менее именно им суждено принять на себя инициативу в постоянном, систематическом обмене мнениями и выработке взаимоприемлемых решений для удовлетворения потребностей государства,

общества и личности, а также, возможно, в осуществлении контрольных функций по исполнению принимаемых решений. Однако все эти усилия не будут реализованы, если в отношениях между властью, бизнесом и обществом в лице СМИ не сформируется паритет честности и справедливости, если будет процветать имеющийся «двойной стандарт». И здесь контрольную функцию могут принять на себя СМИ и МК, вынося на всеобщее обозрение лживые обещания и несправедливые решения. Но разорвать порочный круг должно помочь государство путем ли введения строгих этических кодексов, новых статей по административным правонарушениям или каким-то иным способом, требующим повышения ответственности как госслужащих, так и бизнесменов перед обществом. Лишь сближение всех социальных слоев страны позволит без потрясений войти в новое общество.

В-третьих, СМИ и МК путем постоянных переговоров с властью и бизнесом должны донести до общества основные позиции по реформированию страны. Одни из них требуют обсуждения, другие – подробного толкования, например, ожидаемые в обществе поэтапные конкретные изменения. Это даст представления каждому гражданину о том, что мы хотим построить, в какие сроки и с какими затратами.

В-четвертых, СМИ и МК нуждаются в изменении отношения к гражданским объединениям, некоммерческим, или негосударственным организациям, или третьему сектору. Эти объединения находятся в стадии становления, еще не оказывают заметного влияния на социально-политические процессы, но являются ядром общественности, которая преобразует структуру общества. Не поддерживаемые активно СМИ, они создают собственные, специальные, малотиражные СМИ и распространяют информацию о своей деятельности при помощи Интернета. Однако для активного развития НКО/НГО этого недостаточно; им нужны прочные, систематические выступления в традиционных СМИ, и не только тогда, когда они поднимают громкие, политические проблемы. Отсутствие поддержки НКО/НГО задерживает процессы развития гражданской активности[1], развития общественного сознания, каждой личности как самодостаточной социальной единицы.

В исследовании «Становление СМИ в России как инструмента демократии: политика государства и частных корпораций» (2001 – 2003 гг.) отмечается: «В России из-за слабых связей НКО с прессой большой пласт социально значимой информации остается закрытым

[1] По экспертным оценкам, огромный потенциал «третьего сектора» в нашем обществе реализуется в лучшем случае на 10 – 15%.

от граждан и общества, не оказывает воздействия на власть»[1]. СМИ, выступающие одним из инструментов взаимодействия государства, бизнеса и гражданского общества, должны исправить сложившуюся ситуацию.

В-пятых, СМИ сегодня не отражают реальную жизнь страны: из них мы узнаем о некоторых политических решениях власти, катастрофах и чрезвычайных ситуациях, проводимых организациями и учреждениями мероприятиях. Но мы не знаем, как развивается экономика и чем деятельность сельскохозяйственного сектора этого года отличается от предыдущего; в каком направлении развивается научная мысль и медицина; какие изменения ожидают систему образования и какие профессии будут наиболее востребованными через 5 – 10 лет. СМИ могут быть ареной обмена позитивным опытом, инструментом сбора идей, подаваемых общественностью, помимо того, что они должны стать одним из главных аккумуляторов негативных мнений и средством оглашения их в приоритетной последовательности. И, конечно, СМИ должны знакомить с независимыми и альтернативными мнениями представителей разных политических и неполитических направлений и слоев общества.

В-шестых, крупным СМИ пора исполнять роль омбудсменов, защищающих интересы читателей, зрителей и слушателей и являющихся посредниками между журналистским коллективом и потребителями информации. Мировой опыт свидетельствует, с одной стороны, что редакторы не способны самостоятельно достаточно критично улавливать настроение публики, с другой – что постоянная связь с публикой, например в газете через специальную еженедельную колонку омбудсмена, сближает СМИ и читателя, способствует росту доверия между ними[2].

В-седьмых, на уровне самоорганизации СМИ как федерального, так и местного масштабов могут создавать Советы по информационным спорам, содействующие обеспечению информационных прав граждан и стимулированию социальной ответственности СМИ.

В декабре 2003 г. подобная независимая общественная организация, объединяющая специалистов в сфере СМИ и права, была создана в Ростовской области. Совет по информационным спорам в Ростовской области успешно действует, в него за разрешением вопросов в информационной сфере обращаются журналисты, граждане, организации, представляющие в том числе власть и управление.

---

[1] Становление СМИ в России как инструмента демократии: политика государства и частных корпораций. М., 2003. С. 36.

[2] The Swedish Ombudsmen // Fact Sheets on Sweden. Published by the Swedish Institute. 2000. January.

Тем не менее основные вопросы информационной политики могут быть решены только на государственном уровне.

Перспективы развития информационной политики

Средства массовой информации и коммуникации – одно из основных современных пространств функционирования политики, так как граждане формируют свои политические взгляды и убеждения в первую очередь благодаря СМИ и МК. По мере развития демократических принципов власть все больше становится заложницей влияния своих решений на общественность. Одновременно сохранение и укрепление демократии опирается на свободу СМИ. На таком фоне переоценить значение государственной информационной политики невозможно.

В последние годы проблемы основ информационной политики поднимались рядом отечественных ученых. Однако подробная концепция информационной политики может быть выработана только совместными усилиями группы специалистов в ряде областей: в журналистике, юриспруденции, экономике, информационных технологиях, политологии, психологии, связях с общественностью, социологии. Необходимость формирования такой политики подтверждается устойчивым мнением россиян, которые, согласно опросам, не имеют четкого понимания, какую политику проводит государство относительно средств массовой информации[1]. Роль же государства в формировании информационной политики – ведущая. Это роль арбитра социально-политических отношений в обществе: государство устанавливает баланс между конкуренцией и регулированием, свободой информации и ответственностью за ее достоверность, защиту нравственности, духовного здоровья общества. Важно при этом четко разграничить интересы государства и представителей государственного аппарата: контроль за информационной открытостью последних со стороны общества – непременное условие развития демократии.

Основными положениями государственной информационной политики могли бы стать следующие: необходимость законодательного регулирования концентрации и монополизации СМИ, обеспечения их транспарентности; приведение регионального законодательства в сфере СМИ в соответствие с федеральным; разграничение отношений «владелец – учредитель – редакция»; уточнение статуса издателя, вещателя и собственника; государственное регулирование об-

[1] См.: *Лайдинен Н.В.* Образ России в зеркале российского общественного мнения // Социологические исследования. 2001. № 4.

щих условий хозяйственной деятельности СМИ; антимонопольное регулирование в сфере СМИ, участие иностранных инвесторов в деятельности СМИ и т.д., а также принятие основополагающих законов о теле- и радиовещании, об общественном телевидении и о праве на информацию.

Помимо этого, анализ зарубежного законодательства и опыта информационной политики демократических стран показывает, что российскому законодательству необходимо восполнить следующие пробелы.

Следует вернуться к проблеме воздействия чиновничьего аппарата на деятельность СМИ. Обращение к истории журналистики развитых стран свидетельствует о необходимости жесткого пресечения всякого вмешательства чиновников в деятельность СМИ, если это выходит за рамки закона. Поэтому необходим Закон об административной ответственности чиновников, оказывающих давление на СМИ, вплоть до отстранения их не только от должности, но от руководящей работы в целом. Следует рассмотреть предложение о принятии Закона о ликвидации государственного участия в учреждении и финансировании СМИ за исключением информационных бюллетеней органов государственной власти[1]. Ибо чем более самостоятельным участником политического процесса станет пресса, тем больше от этого выиграет демократия. Одновременно должен быть отработан механизм недопущения информационных войн между владельцами СМИ путем принятия законов по концентрации и монополизации прессы.

Для примера не будем обращаться к опыту далеких от нас по ментальности европейских стран, где государство нередко является только инструментом регулирования процессов в СМИ, но не их собственником. Возьмем опыт более близкий – стран Балтии. Здесь сохранился один из самых высоких в Европе показателей доверия населения к СМИ. В ходе масштабного исследования общественного мнения (10 тыс. респондентов), проведенного в Литве в 1999 г. социологической службой Baltic Surveys/Gallup, было установлено, что 75% опрошенных доверяют СМИ. Процент доверия к СМИ оказался выше, чем к президенту, парламенту, местной власти, судам, банкам и даже церкви. Высокий статус, сформировавшийся в 1987 – 1988 гг., прессе удалось сохранить за счет способности сообщения материалов, компрометирующих власть, возможности рассказывать о ее злоупотреблениях на протяжении всей новейшей истории прибалтийских стран. В сознании общественности Балтии

[1] См.: Журналисты о работе Комитета по информационной политике Госдумы // Журналист. 2003. № 12. С. 9.

СМИ стали играть роль независимого арбитра, разоблачающего и морально осуждающего бюрократизм и коррупцию высокопоставленных чиновников.

Обеспечение относительной реальной свободы прессы осуществлялось следующим образом. Согласно либеральным законам о СМИ, в странах Балтии были запрещены все государственные СМИ, а политические партии и банки (основной капитал) – лишены возможности иметь собственные радио- и телеканалы. Экономическая независимость прессы была подкреплена тем, что со второй половины 1990-х гг. зарубежные концерны, в основном скандинавские, начали скупку титульных газет, радио- и телеканалов. Зарубежных хозяев не интересовала политика, их интересовали и интересуют СМИ в качестве прибыльного и надежного бизнеса: политическая принадлежность печатных изданий в странах Балтии осталась неизменной. В свою очередь, прессе не понадобилось опускаться до уровня бульварной в борьбе за своего потребителя[1].

Таким образом, опыт стран Балтии доказывает, что независимость СМИ от государства дает им возможность быть реальным инструментом демократии. Приведенный пример означает, что в печать нашей страны может усилиться поток иностранных инвестиций, но доли инвестиций – отечественных и зарубежных – государству необходимо разумно соизмерить при помощи законодательства уже сегодня.

Общество подошло к тому рубежу, когда государство должно инициировать Закон о свободе доступа граждан к информации органов государственной и местной власти с четко очерченными мерами ответственности чиновников. В таком законе тоже назрела крайняя необходимость: в ходе конференции «Контроль гражданского общества за информационной открытостью власти: теория и практика» депутат Госдумы Е.Волчинская обнародовала потрясающий факт: даже законодатель получает только одну треть открытых указов Президента России[2]. Возникает вопрос: сколько из них доходит до рядовых граждан? Может быть, не все они интересны гражданам, но народ должен иметь право их получить.

К проблеме закрытости информации государственного уровня для рядового гражданина вплотную примыкает проблема обсуждения проектов принимаемых законов. Сегодня граждане не имеют никаких механизмов влияния на принимаемые законы, так как нет

---

[1] См.: *Симонян Р., Кочегарова Т.* Два информационных пространства // Власть. 2003. № 1. С. 18 – 32.

[2] *Волчинская Е.* Объединить усилия // Контроль гражданского общества за информационной открытостью власти: теория и практика / Сост. И.Я.Дзялошинский. М., 1998. С. 59.

правового акта, обязующего публиковать проекты законов. Регламентом Госдумы не предусмотрена и обязательная экспертиза проектов общественными организациями или профессиональными союзами[1]. Если проводить параллель с американской практикой, то для нее характерны общественные дебаты, в том числе в СМИ, до принятия законодательного акта. В условиях демократии открытость усиливает позиции правительства, обеспечивает доверие общественности к его политике.

О том, какие отношения складываются сегодня в России между СМИ, региональными властями и общественностью, красноречиво свидетельствуют результаты исследования, проведенного в Новосибирской области компанией ROMIR Monitoring по заказу Фонда защиты гласности в мае – июле 2003 г.[2] Отношение населения к власти в аспекте информационной политики характеризуется как «сдержанно недоверчивое». 51% опрошенных полагает, что СМИ не защищают интересы граждан, а защищают интересы областных властей (30%), городских властей (27%), крупного бизнеса (22%), владельцев СМИ (22%). Самая популярная характеристика, даваемая СМИ – «зависимые» (33%); «объективными» СМИ считают только 9% опрошенных, «честными» – 4%. Одновременно 59% респондентов не удовлетворены тем, как местные СМИ освещают региональные проблемы: «рост цен, инфляцию» (43%), «низкий уровень заработной платы» (37%), «рост преступности» (27%). Люди полагают, что на волнующие их темы в СМИ проходит недостаточно «острых критических материалов» (54%), «честных, открытых материалов» (64%), «серьезных аналитических материалов» (58%). Это происходит на фоне того, что подавляющее большинство опрошенных (93%) испытывают беспокойство за свое будущее и будущее своих семей. На первые позиции среди важнейших социальных проблем вышли следующие: 1) «нехватка денежных средств» (60%); 2) «болезни, стрессы от напряженного ритма жизни» (41%); 3) «преступность» (30%).

Одновременно общество понимает, что информационные проблемы для него создают не только СМИ, но и региональная власть: 64% опрошенных считают, что власти «не всегда честно говорят о существующих проблемах региона». 31% респондентов отмечает, что «часто бывают случаи», когда власти «скрывают ту или иную информацию», и еще 40% – что власти скрывают информацию «время от времени».

---

[1] *Волчинская Е.* Объединить усилия // Контроль гражданского общества за информационной открытостью власти: теория и практика / Сост. И.Я.Дзялошинский. С. 59.

[2] Опрошено 1013 представителей населения Новосибирской области и проведено 150 экспертных интервью (социологическое исследование «СМИ – власть – общество». Июль 2003 г.

Однако при всех критических настроениях по отношению к СМИ население сохраняет высокую степень надежды на их деятельность. 49% опрошенных указывают, что они относятся к профессии журналиста «с полным уважением» и 41% – «скорее с уважением». Большинство опрошенных (74%) полагают, что СМИ могут реально помогать людям в решении их проблем. Степень критического отношения населения к деятельности СМИ и к информационной политике властей растет по мере увеличения объема негативных оценок респондентов материального положения своих семей и возрастания уровня социальной тревожности.

Эти сведения приведены с целью продемонстрировать, что рядовые граждане в основном адекватно оценивают ситуацию и понимают, что СМИ являются инструментом власти, что власть пока не стремится всецело служить общественным интересам. Это свидетельствует о росте общественного сознания, вслед за которым должен последовать рост общественной активности, то есть не только осознание своих прав, но и желание и способность их отстаивания. Крайне важным является то, чтобы ко времени, когда такое желание проявится, страна подошла не в состоянии конфронтации общества и власти, ибо это грозит новыми социальными потрясениями.

Именно поэтому власти необходима сегодня сбалансированная политика в сфере СМИ. Самая «мирная» в социальном плане страна – Швеция – выстраивала свою внутреннюю политику, в первую очередь, путем формирования сбалансированной информационной политики. Шведская пресса традиционно была близка к политическим партиям: практически все важные шведские издания имели определенную политическую принадлежность. Многие газеты либо находились во владении «своей» партии, либо их владелец или главный редактор занимал высокий политический пост. В 1950 –1960-е гг. в Швеции, как и во многих других странах, ряд газет прекратил существование. Выпускать печатное издание становилось все дороже, а рекламодатели все чаще выбирали те газеты, на которые в районе их распространения подписывалось наибольшее количество читателей. Большинство западных стран смирилось с волной закрытия изданий, но Швеция отказалась принять такую ситуацию, когда наметились тенденции в развитии журналистики двухпартийной системы. Как правило, газеты двух ведущих партий занимали лидирующие позиции на рынке прессы в своих регионах, оставляя органы других партий на вторых ролях. Однако правительство понимало важность конкуренции между изданиями различных политических течений, и в 1971 г. риксдаг одобрил систему государственных субсидий прессе. Эти субсидии должны были выплачиваться в соответствии с общими правилами газетам, имевшим менее выгодное положение на

рынке, независимо от их содержания, в том числе политического. Шведский феномен состоит в том, что большая часть СМИ находится в оппозиции к социал-демократам, которые более 60 лет возглавляют власть в стране[1]. Авторы допускают, что именно наличие оппозиции и ее свобода выражения позволяет правительству вовремя отследить недостатки своего руководства, исправить их и тем самым из года в год быть переизбранным народом.

В этой связи напрашивается параллель с действиями выдающегося японского предпринимателя Акио Мориты, главы известной компании «Сони», первой начавшей выпускать транзисторные приемники, создавшей домашний видеомагнитофон, аудио-плейер, компакт-диски для лазерных проигрывателей. Когда его компания обрела монополию в производстве видеомагнитофонов, Акио Морита с компаньонами начал продавать лицензии на выпуск магнитофонов, оставив себе только 30% рынка. Только конкуренция, считал он, помогала расширять рынок и ускорять развитие новых моделей. Морита одним из первых вывел закономерность, что при отсутствии конкуренции меньше стимулов для нововведений. Подобная конкуренция в политической жизни осуществляется в публичной сфере, проявляющейся, в первую очередь, через СМИ.

Огромное влияние СМИ как инструмента саморазвития политики определяется их менее формализованным взаимодействием с общественностью, чем, например, политических партий или иных групп интересов, а также способностью прояснения и реализации жизненных интересов для читателей, зрителей и слушателей. Как показывает опыт демократического развития, СМИ не только формируют у людей навыки критического оценивания деятельности властей, но создают условия для идентификации собственных интересов, способности к защите своих позиций. Однако опыт также свидетельствует, что информационное обеспечение процесса формирования и развития гражданского общества прогрессирует только в том случае, когда этот процесс совпадает с интересами влиятельных групп в правящем классе, который формирует государственную информационную политику.

Не является секретом, что СМИ способны служить различным политическим целям и идеалам. Они могут просвещать людей, развивать в них чувство собственного достоинства, стремление к свободе и социальной справедливости, способствовать компетентному участию в политических процессах, обогащать личность, но могут и «духовно порабощать, дезинформировать и запугивать, разжигать

[1] См.: *Хадениус С.* Шведская политика в XX веке. Конфликт и согласие. Стокгольм, 1997.

массовую ненависть, сеять недоверие и страх»[1]. Истинно демократическое правительство должно дать возможность обществу самостоятельно принимать решение относительно информационного обеспечения своей жизнедеятельности. Поэтому особые усилия сегодня необходимо приложить к созданию в нашей стране общественного телевещания.

В июле 2001 г. Союз журналистов России зарегистрировал Фонд развития общественного телерадиовещания. Его целью стало осуществление проекта, направленного на изучение социально-экономических и правовых аспектов создания и функционирования общественного телерадиовещания в России, единственно способного реализовать право граждан на объективную и достоверную информацию, дающего гражданам возможность делать осознанный выбор в идеологических, информационных и культурных предпочтениях. Был изучен и обобщен зарубежный опыт в сфере общественного телевидения, подготовлен комплекс организационных, законотворческих, кадровых, обучающих, просветительских, финансовых и иных программ. На VII Всероссийском фестивале СМИ «Вся Россия-2002» был представлен законопроект об общественном вещании. Но законы ни о телерадиовещании, ни об общественном телевидении пока не приняты, в первую очередь потому, что затрагивают интересы монополистов в сфере распространения рекламы. Непринятие законов демонстрирует, что защита интересов монополистов для власти сегодня важнее, чем защита интересов общества, чем ускоренное продвижение по пути социального прогресса.

Большое значение в процессах продуцирования государственной информационной политики имеет отбор информации при формировании сетки новостей, если учитывать психологический потенциал воздействия СМИ на общественное сознание. Как показывают проведенные в США исследования, общественность реагирует не на реальность, а на свое восприятие реальности[2]. Например, общественное мнение о росте преступности соответствует не конкретной динамике развития преступности, а отражению объема криминальных новостей в СМИ[3].

При формировании сетки вещания необходимо отдавать себе отчет в том, что люди в равной степени принимают как документальные

---

[1] *Герасимов В.М., Мухина О.В.* Психологическое воздействие электронных СМИ (политико-психологический анализ). М., 1999. С. 7.

[2] См.: *Бергер П.Л., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности. М., 1995.

[3] *Дэвис Д.Ф.* Криминальные новости в газетах Колорадо // Средства массовой коммуникации и социальные проблемы: Хрестоматия / Сост. И.Г.Ясавеев. Казань, 2000. С. 63.

материалы о реальных событиях, так и художественные фильмы, ибо испытывают практически одинаковое эмоциональное воздействие от документальных и художественных кадров. В итоге публика воспринимает, например, кадры убийства в Чечне в одной системе образов с кадрами фильма-боевика, привыкает к этим образам, начинает принимать их как норму и даже примерять к себе. Как считают специалисты, вездесущее освещение СМК социальных проблем может вести к потере чувствительности к ним. Э.Даунс отмечает, что жалкий образ погибающих от экологической катастрофы птиц или образ мертвого солдата бледнеют, когда видишь их в десятый раз[1].

Не добавляют позитивности в восприятии окружающего мира и многочисленные передачи о правоохранительной деятельности органов МВД и их представителей. Старший научный сотрудник ВНИИ МВД Ю.Н.Мазаев по результатам проведенного исследования отмечает, что только 35% населения считают, что деятельность милиции освещается СМИ правдиво и более 70% – что она значительно приукрашивается. К категории граждан, воспринимающих образ представителей силовых структур как позитивный, относятся преимущественно люди, никогда не сталкивавшиеся с их деятельностью в реальности[2]. Поэтому говорить о высокой эффективности программ «о милицейских буднях» не представляется возможным (следовательно, проблема негативного отношения общества к представителям правоохранительных органов не может быть решена путем имиджевых выступлений СМИ), но деструктивность СМИ с увеличением числа подобных программ очевидно возрастает. Это связано с психологическими факторами и, как результат, насаждением отрицания ценности человека: сообщения СМИ последовательно внедряют мысль о мизерной цене человеческой жизни. Таким образом происходит дегуманизация информации.

Процесс дегуманизации информации – это обратный процесс, наблюдаемый в развитых странах. Мы только сегодня принимаем идею необходимости федеральной программы по становлению толерантности, в то время как в западных странах толерантность во многом стала частью жизни. Гуманизация информации проявляется не только в религиозной, идейно-политической, расовой или иной терпимости, но в том, что, например, в Германии на общественном телевидении допустима реклама в течение 20 минут за сутки (в то время как, согласно Закону РФ «О средствах массовой информа-

[1] *Downs A.* Up and Down with Ecology – The Issue-Attention Cycle // Public Interest. Vol. 28. Summer 1972. P. 28 – 50.

[2] См.: *Мазаев Ю.Н.* Роль СМИ в формировании общественного мнения о милиции // Социологические исследования. 2004. № 2.

ции», аудиовизуальные СМИ могут давать рекламу в течение 15 минут на каждый час эфирного времени) и она запрещена после 20 часов. Большинство европейских государств и США в обязательном порядке маркируют программы с тем, чтобы дети не просто не смотрели программы для взрослых, но родители знали, в каких программах присутствуют насилие, ужасы, секс и на какой возраст каждая из них рассчитана.

Часто СМИ обсуждают проблему национальной идеи, способной объединить всех россиян в позитивном порыве. Но нам нужна не национальная идея, а духовное оздоровление общества, которое может произойти, в том числе, путем формирования стратегии демократической информационной политики, когда СМИ будут работать как реальный механизм взаимодействия общества и власти, когда они встанут на защиту интересов общества через создание общественного телевидения, рост числа изданий разных направлений при финансовой поддержке государства. При этом основной акцент должен делаться не на криминальные программы, а на потребности вхождения нашей страны в информационное общество, следовательно, на развитие научного знания и способности в первую очередь молодежи к инновациям.

Подобный опыт уже есть. В финском городе Эспоо сетевые СМИ позволяют молодежи от 13 до 20 лет выносить на обсуждение специалистов свои идеи. Другие молодые люди имеют возможность подвергнуть эти идеи критике или развивать дальше. При активной поддержке идей специалистами и участниками обсуждения они определенным образом оформляются Советом молодежи города и передаются на рассмотрение властным структурам[1]. Подобного рода подходы СМИ к взаимодействию общества и власти способны послужить толчком для движения социума по пути общественного развития.

Таким образом, основу государственной информационной политики должно составлять формирование такой системы деятельности СМИ, которая позволит обществу получать разнохарактерную и разностороннюю информацию социально-политического плана и адекватно воспринимать ее. Это будет способствовать повышению зрелости общественного сознания, оказывающего решающее воздействие на процессы жизнедеятельности страны.

[1] См.: *Кастельс М., Химанен П.* Информационное общество и государство благосостояния: Финская модель / Пер. с англ. М., 2002. С. 134 – 137.