Ценности и нормы субкультуры отражают функциональную взаимосвязь опыта исторического (через призму героико-сакральных ценностей, составляющих матрицу саг, эпосов, повествований о воинах), группового и конкретно личностного (героические деяния отдельных сотрудников, значимые для коллектива). Синтез всех подобного рода ценностно-нормативных уровней приводит к демаркации собственных границ субкультуры спецподразделения и манифестация собственного культурного своеобразия.

Список литературы

1. *Кардини, Ф.* Истоки средневекового рыцарства. – М. : Прогресс, 1987.

2. *Леви-Брюль, Л.* Сверхъестественное в первобытном мышлении. – М. : Педагогика- Пресс, 1994.

3. *Михель, Д.* Мужчины, мальчики и поле боя // Гендерные исследования. – 2002. – № 6. – С. 133–149.

4. *Сорокин, П.* Социальная и культурная динамика: исследование изменений в больших системах искусства, истины, этики, права и общественных отношений / Пер. с англ. В.В. Сапова. – Спб. : Рус. христиан. гуманитар. ин-т, 2000.

5. *Парсонс, Т.* Система современных обществ. – М.: Изд-во Аспент Пресс, 1997.

© Лукьянова А.В., 2009

Т.С.Шилова

МОНОЦЕНТРИЧЕСКОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Аннотация. *В статье предлагается рассмотрение основных характеристик моноцентрического информационного пространства и его влияния на процесс взаимодействия государства и СМИ. На примере отдельных регионов обосновывается необходимость конструирования информационной иерархии в условиях становления гражданского общества в России.*

Ключевые слова: *механизм конструирования информационной иерархии, моноцентрическое информационное пространство, гражданское общество.*

На современном этапе основной целью преобразований в России является становление гражданского общества. В связи с этим роль российских

СМИ качественно меняет свое содержание, что выражается в возрастании контактов посредством СМИ власти и социума, в формировании разнообразных общественных и политических отношений[1].

В связи с тем, что становление гражданского общества в России носит государственный и форсированный характер, требуется изучение и изменение взаимодействия государства и СМИ прежде всего как институционального механизма, в том числе и на региональном уровне.

С этой позиции актуальное звучание приобретает характер конструирования информационного пространства в регионе, поскольку от этого зависят управленческие технологии, определяющее информационное пространство, миссия, цели, задачи, роли, правила, содержание, формы взаимодействия институтов.

В литературе в зависимости от доступа к информации выделяется «два противоположных идеальных типа механизма конструирования информационной иерархии» – моноцентрическое и полицентрическое информационное пространство[2].

Институциональный механизм взаимодействия при моноцентрическом информационном пространстве характеризуется наличием одного ярко выраженного центра (в данном случае института государства, в лице органов государственной власти). Государство конструирует основные информационные позиции, контролирует их функционирование, корректирует статусы и роли. При таком типе информационного пространства исключена возможность конкуренции с центром других субъектов взаимодействия. Прямо или косвенно это приводит к социальной дифференциации среди СМИ, поскольку доступ к информации дозируется в соответствии со степенью лояльности СМИ к власти.

К примеру, исследование коммуникативного взаимодействия администрации Самарской области с общественностью (в том числе и со СМИ) позволило сделать вывод о том, что «население и журналисты основные причины отсутствия достаточного количества информации видят в позиции самой администрации, которая не заинтересована в предоставлении материалов

[1] См.: *Дубичев, В.Р. Александров А.А.* Новая государственная стратегия, заявленная В.В. Путиным и Д.А. Медведевым в контексте задач государственной информационной политики / Чиновник. – Выпуск № 1. – 2008; *Тавокин, Е.П.* СМИ как фактор информации по обеспечению реформ // Социологические исследования. – 2006. – № 10. – С. 100–106; *Тулупов, В.В.* Региональные СМИ как фактор демократизации российского общества // Журналистика. – 2001. – №12. – С. 13–15; *Халий, И.А.* СМИ и гражданское общество: взгляд из региона //Социологические исследования. – 2006. – № 10. – С. 104–109; *Филиппов, С.* СМИ как механизм формирования гражданского общества в переходных системах // Власть. – 2002. – № – 8. – С. 11.

[2] См.: *Дзялошинский, И.М.* Информационное пространство России: структура, особенности функционирования, перспективы эволюции. – М., 2001. – С. 18.

о своей деятельности»[1]. Следовательно, вне процесса взаимодействия органов государственной власти и СМИ остается значительный, искусственно созданный пласт СМИ, ориентированных на конкретную аудиторию.

Разбивка СМИ на социальные группы по критерию доступа к информации органов государственной власти позволяет в большей степени контролировать членов данной группы, чему способствует фактор относительной ограниченности, замкнутости социального пространства взаимодействия.

На наш взгляд, широкое распространение типа моноцентрического информационного пространства (не всегда в чистом виде) во многих регионах России обусловлено несколькими факторами.

В первую очередь это наличие исторической традиции взаимодействия государства и СМИ. Специфика российских взаимоотношений с властью и содержание деятельности СМИ десятилетиями укоренялись исходя из миссии, целей и задач, предопределенных государством. СМИ как объект, на который направлено действие, не оказывали противодействия тому, от кого это действие исходило (государство).

Практика взаимодействия институтов государства и СМИ показывает, что при моноцентрическом информационном пространстве решения о сотрудничестве между органами власти и СМИ остаются за первыми. В регионах, где отсутствуют информационные холдинги, крупные финансовые группы, способные выступить в качестве альтернативы государству, недостаток заметных событий, органы государственной власти имеют возможность по своему усмотрению дистанцировать СМИ в отношении ценной информации, источником которой они выступают. На сегодня власть уже сама предложила свое сотрудничество тем СМИ, которые считает «достойным» партнером.

Формально отказ власти от сотрудничества представляется в виде отказа от аккредитации, нарушения сроков подачи заявок на участие в мероприятиях, затратности и нецелесообразности предлагаемых проектов и т. д. При этом, как правило, не учитывается, что функциональность ценности, в данном случае информации, исходящей от органов государственной власти, для СМИ, которым «отказали», а значит, и аудитории данного СМИ, исчезает, потому что она недостижима.

Таким образом, в зоне внимания органов власти оказываются СМИ с хорошей репутацией, имеющие многолетний опыт работы и лояльно настроенные в отношении власти, либо СМИ, учредителями и соучредите-

[1] Цит. по: *Громова, Т.Н.* Государственная коммуникация: теоретическая модель и региональная практика // Вестник Российской коммуникативной ассоциации. – Выпуск 1 / под общей редакцией И.Н. Розиной. – Ростов н/Д: ИУБиП, 2002. – С. 43–52.

лями которых является сама власть*. Это обеспечивает, с одной стороны, освещение деятельности власти, с другой – гарантирует управляемость СМИ и отсутствие критики в адрес органов власти.

В данном случае отношения институтов государства и СМИ строятся на основе субъект-объектных отношений. Такой подход в первую очередь определяет неравноправную систему связей социальных институтов. Характер связи с государством выстраивается по вертикали, что предусматривает иерархию отношений от высшего к низшему. В результате государство зачастую не видит в СМИ самостоятельного института гражданского общества и его меняющейся роли в современных преобразованиях.

Среди главных причин, объясняющих широкое распространение моноцентрического типа информационного пространства в регионах, можно также назвать значительное количество государственных СМИ в общем объеме регионального медийного сообщества. Это явление связано с неограниченными возможностями органов власти в учреждении государственных СМИ.

Учредительство СМИ прямо допускается федеральным законом о СМИ и не ограничивает количество СМИ, учредителем которых, может выступать государственный орган[1]. На современном этапе неурегулированность отношений в вопросе ограничения учредительства СМИ органами власти, на наш взгляд, носит отрицательный характер.

Значительная часть СМИ, включенных сегодня в процесс взаимодействия с государством, – это общественно-политические издания, которые появились в результате учредительства местной или региональной власти. «Сегодня же большинство дотируемых государственных и муниципальных СМИ учреждено исполнительными органами, проводящими жесткую одностороннюю политику в частных интересах “головы”, либо, в лучшем случае, – в корпоративных интересах его команды»[2].

Учитывая, что основу информационного пространства большинства регионов по-прежнему формирует местная периодика общественно-политического характера, доминирующая по тиражам, по влиянию и по значимости для населения, что подтверждают данные доклада Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям за 2007 г. и результаты

---

* Каждое пятое издание на уровне субъектов Федерации имеет в учредителях и соучредителях исполнительные органы государственной власти / Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – М., 2002.

[1] См.: Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 года № 2124-1. О средствах массовой информации // Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации. – М., 2000. – С. 48.

[2] *Титов, С.* Кошмар искаженного пространства // Профессия журналист. – 2001. – № 5. – С. 13–14; См. так же: *Засурский, Я.Н.* СМИ как фактор процессов общественной трансформации на рубеже тысячелетия / Журналистское образование в XXI веке. – Екатеринбург, 2000. – С. 9.

исследований Всероссийского центра изучения общественного мнения об уровне доверия к средствам массовой информации среди населения страны, вопрос о неограниченном участии в учредительстве СМИ органов власти приобретает стратегическое значение.

Безусловно, на определенном этапе, во времена экономического кризиса, перехода на рыночные отношения участие органов власти в учредительстве СМИ позволило сохранить многие, а в Курганской области – все общественно-политические издания. Так, средства в виде дотаций для экономической поддержки региональных СМИ, образованных в форме учреждений и государственных учреждений, выделялись из областного и районных бюджетов в Курганской области вплоть до 2001 г.

Однако на современном этапе ситуация с учредительством СМИ не меняется, хотя не единожды в ежегодных Посланиях Президента РФ Федеральному Собранию РФ звучали тезисы об уходе государства из сферы СМИ и задачах построения гражданского общества в России.

Например, в Курганской области, организационно-правовые и учредительные формы местных редакций СМИ остаются государственными, а собственность передана редакциям в оперативное управление, что зачастую затрудняет хозяйственную деятельность редакций. Права и обязанности редакторов газет в своем большинстве как руководителей государственных учреждений определяются трудовыми договорами с исполнительными органами власти области.

Так, на сегодня исполнительная власть Курганской области обладает правом учредителя (соучредителя) государственных учреждений и СМИ в 24 из 25 редакций печатных районных газет, среднеразовый тираж которых составляет порядка 100 тыс. экземпляров. Эти издания обеспечивают информацией 2/3 населения Курганской области и занимают первое место в доле подписки на областные и центральные издания.

В рамках сложившейся ситуации органы исполнительной власти области имеют реальные рычаги влияния значительным региональным печатным ресурсом, позволяющим оградиться от какой-либо критики, что противоречит понятию и принципам гражданского общества. Фактически это подтверждает тезис о процессе вторичного огосударствления СМИ.

В связи с этим информационная политика регионов остается чаще декларируемой, чаще используются такие модели и технологии коммуникационных отношений, которые применялись еще в конце XIX – начале XX века. Речь идет о манипулятивной модели, об информировании общественности, двусторонней ассиметричной коммуникации, обеспечивающих прежде всего институциональные интересы государства.

Также можно отметить, что общественные интересы, как правило, формально упоминаются в декларируемой информационной позиции органов

государственной власти. Однако как первооснова взаимодействия государства и СМИ интересы гражданского общества в них не просматриваются[1].

Позволит ли изменить ситуацию в регионах проект «Индекс свободы слова в России», определяющий уровень доступа населения к СМИ, а также уровень независимости прессы от власти и бизнеса, покажет время[2]. На наш взгляд, предложение ввести индекс свободы слова в регионе в качестве критерия оценки деятельности органов исполнительной власти, в контексте рассматриваемой проблемы заслуживает особого внимания.

Еще один фактор, определяющий развитие моноцентрического информационного пространства, – это наличие малого медийного сообщества в регионе.

В зависимости от количества зарегистрированных СМИ регионы можно подразделить на регионы с большим и малым медийным сообществом. Малое медийное сообщество не превышает, по данным регистрации, 250 СМИ (Ямал, Курган, Ярославль и другие). Среди регионов с большим медийным сообществом (от 250 и более) можно назвать Волгоградскую, Свердловскую, Московскую, Пермскую, Тюменскую области и другие.

Однако количество официально зарегистрированных СМИ не дает реального представления о медиасообществе региона, так как несколько СМИ могут быть зарегистрированы одной редакцией, а примерно половина от зарегистрированных СМИ не выходят по тем или иным причинам, количество реально работающих редакций СМИ, например, в Курганской области, может составлять до ¾ и менее официально зарегистрированных СМИ. Принимая во внимание, что учредителями основных общественно-политических изданий являются органы власти области, можно говорить о слабости и подконтрольности регионального журналистского сообщества.

Изучение структуры и количества СМИ в Курганской области позволяет сделать вывод, что увеличение количества зарегистрированных СМИ увеличивается за счет роста рекламно-информационных и развлекательных изданий и передач. По сравнению с началом 2002 г. число зарегистрированных СМИ в Курганской области за 5 лет возросло всего на 21,3%, примерно в равном распределении между количеством печатных и электронных СМИ. Однако можно отметить, что вновь возникающие издания, как правило, не вызывали ни значительного общественного, ни властного интереса (часто они создавались на период очередных выборов).

Таким образом, распространение моноцентрического типа информационного пространства в регионах связано с объективными и субъектив-

---

[1] См.: *Попов, В.Д.* Информационология и информационная политика. – М.: Изд-во РАГС, 2001. – С. 18.

[2] См.: Свобода слова заговорила цифрами // Коммерсантъ. – 2008. – 23 мая.

ными факторами. Но даже некоторые аспекты данного механизма конструирования информационной иерархии позволяют судить о негативном влиянии на формирование СМИ в качестве институтов гражданского общества. Рассмотренные аспекты моноцентрического информационного пространства позволяют сделать вывод, что существующий институциональный механизм взаимодействия государства и СМИ не обеспечивает интересы взаимодействующих институтов, не предполагает включенность гражданского общества в процесс взаимодействия в качестве равноправного субъекта, и по своей сути и содержанию базово не основывается на общественном заказе.

Без определенных изменений отмеченные выше тенденции будут усугубляться, а информационное пространство регионов будет и дальше деформироваться в сторону увеличения политической составляющей за счет других сфер гражданского общества, которые требуют развития.

Список литературы

1. *Засурский, Я.Н.* СМИ как фактор процессов общественной трансформации на рубеже тысячелетия / Журналистское образование в XXI веке. – Екатеринбург, 2000.

2. *Попов, В.Д.* Информационология и информационная политика. – М.: Изд-во РАГС, 2001.

3. *Тавокин, Е.П.* СМИ как фактор информации по обеспечению реформ // Социологические исследования. – 2006. – № 10.

4. *Халий, И.А.* СМИ и гражданское общество: взгляд из региона // Социологические исследования. – 2006. – № 10.

© Шилова Т.С., 2009

У.К. Кубутаева

ВЛИЯНИЕ МАНИПУЛИРОВАНИЯ НА РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Аннотация. *В статье рассматриваются общественные условия и обстоятельства для манипулирования сознанием, сущность и механизм манипулирования, а также личностный потенциал сопротивления манипулированию.*

Ключевые слова: *манипуляция, личный потенциал, скрытое воздействие, невротизация общества, сенсационность, подпороговый эффект, самоидентификация, «омассовление».*