

ЗАМЕТКИ, ФАКТЫ, КОММЕНТАРИИ

В. К. Левашов

МАССОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ И СЛУХИ

Отдел стратегических социальных и социально-политических исследований ИСПИ РАН продолжает изучение социальной и социополитической ситуации в стране в контексте развития процессов глобализации, формирования гражданского общества, построения социального государства. Эмпирические исследования осуществляются в режиме социологического мониторинга "Как живешь, Россия?". В ходе одного из них, проведенного в декабре 2004 г., была предпринята попытка выявить отношение населения к СМИ¹.

В условиях переживаемого не только в России, но и в мире в целом кризиса отношений общества и государства СМИ зачастую выполняют дисфункциональную роль. Это происходит в силу того, что СМИ, с одной стороны, все чаще становятся экономически не свободными, а с другой — социально безответственными. Накапливавшиеся десятилетиями противоречия в работе СМИ "убивают" институт свободной и независимой прессы как в развитых, так и в развивающихся странах и проявляются в следующих дисфункциях, которые были зафиксированы еще в середине XX века.

1. СМИ сосредоточили в своих руках огромные властные ресурсы, которые употребляются ими по собственному усмотрению. Их владельцы

тиражируют свои мнения, особенно в экономических и политических вопросах, дискриминируя мнения оппонентов.

2. СМИ все чаще подпадают под контроль большого бизнеса и политиков, которые все жестче контролируют редакционную политику и содержание размещаемой информации.

3. СМИ оказывают сопротивление социальным переменам.

4. СМИ часто отдают предпочтение сенсационной и поверхностной информации в ущерб текущей и акту-

ЛЕВАШОВ Виктор Константинович — доктор социологических наук, заведующий отделом стратегических социальных и социально-политических исследований ИСПИ РАН. Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ (проект № 04-03-00365а), РФФИ (проект № 04-06-80223) и гранта отделения общественных наук РАН "Устойчивое развитие и тенденции современной глобализации".

1. Использовалась квотно-пропорциональная всероссийская выборка с взаимозависимыми характеристиками генеральной совокупности: пола, возраста, образования, местожительства, национального и социально-профессионального состава. В основу территориального размещения выборки легло экономико-географическое районирование страны при соблюдении пропорции численности населения и пропорций между городским и сельским населением. Объем выборочной совокупности составил 1851 респондентов. Опрос проводился в Москве, Санкт-Петербурге, в Республике Татарстан, в Краснодарском крае, в Воронежской, Курской, Костромской, Саратовской, Томской, Тюменской, Челябинской, Ярославской областях.

альной, а их развлекательность зачастую оборачивается бессодержательностью.

5. СМИ своей деятельностью угрожают общественной морали.

6. СМИ вторгаются в личную жизнь граждан без всяких на то причин и поводов.

7. СМИ контролируются одним социоэкономическим классом — "бизнес-классом". Для новичков доступ в индустрию СМИ затруднен, поэтому свободный и открытый рынок идей оказывается под угрозой.

Наряду с перечисленными можно выделить еще несколько дисфункций СМИ, которые все интенсивнее проявляются в последние годы. В частности, происходит перерождение сущностного качества — достоверного отражения действительности и превращение СМИ в асоциальный институт дезинформации. При этом функция социального регулирования и управления замещается функцией манипуляции, которая активно используется в так называемой политтехнологической деятельности. Подобные действия призваны ввести граждан в заблуждение и заставить совершить политический выбор не в своих и общества интересах, а в ущерб им — в узкокорпоративных интересах. В антагонистических классовых обществах власть выражает и защищает право сильного и богатого, поэтому она берет функцию политтехнологического манипулирования СМИ обществом на свое

вооружение. СМИ, призванные быть инструментом организации гражданского общества, превращаются в инструмент манипуляции граждан против своих интересов.

В России большинство СМИ так и не стали независимыми и экономически рентабельными. Они, как правило, зависят от государственных субсидий или спонсорских взносов представителей бизнес-класса. Поэтому степень их несвободы еще выше, чем в развитых странах.

Как же оценивают достоверность передач российских радио, телевидения граждане страны? (табл. 1).

Обратим внимание, что на протяжении длительного времени — 10 лет — граждане достаточно критически оценивают достоверность передач российского радио и телевидения. Лишь 10—17% респондентов заявляют, что передачи радио и телевидения о событиях и жизни в стране являются правдивыми. В 2004 г. до 50% респондентов указывают, что СМИ транслируют поровну достоверную и недостоверную информацию, а по мнению 21% опрошенных, радио и телевидение освещают события предвзято.

В чем причины распространения недостоверной информации СМИ? (табл. 2).

На первое место граждане поставили зависимость журналистов от "денежных мешков" (41%), на второе — преднамеренное искажение информации властью, негласную цензуру

Таблица 1
«Как Вы оцениваете достоверность передач российских радио, телевидения, в которых рассказывается о событиях и жизни в стране?», %

Варианты ответов	Январь 1995	Май 1996	Январь 1997	Декабрь 1998	Май 2000	Декабрь 2002	Октябрь 2003	Декабрь 2004
В основном достоверно, правдиво показывают события	17	12	13	14	14	10	10	17
И достоверной, и недостоверной информации почти поровну	42	49	42	44	48	54	57	50
В основном недостоверно, предвзято показывают события	18	23	25	27	25	25	22	21
Затруднились ответить	24	16	20	15	12	11	11	12

Таблица 2

«В чем, на Ваш взгляд, причины распространения недостоверной информации через СМИ?», %

Варианты ответов	Август	Декабрь	Декабрь	Декабрь	Октябрь	Декабрь
	1997	1998	2001	2002	2003	2004
Зависимость журналистов от "денежных мешков"	41	40	46	54	47	41
Неискренность политиков	25	27	26	30	27	25
Замалчивание событий в средствах массовой информации	19	18	15	25	23	20
Преднамеренное искажение информации властью	-	-	-	32	22	-
Негласная цензура со стороны власти	-	-	-	25	22	-
Преднамеренное искажение информации властью, негласная цензура	35	34	27	-	-	34
Искажение информации журналистами	19	19	22	24	18	14
Другое	1	0		1	1	1
Затруднились ответить	23	18	16	15	15	13

(34%), далее — неискренность политиков (25%), замалчивание событий в СМИ (20%), искажение информации журналистами (14%).

Как видно из представленных выше данных, россияне достаточно точно определили особенности и недостатки в работе отечественных СМИ. Гласность как порождение "кризиса правды" и сверхзадача работы СМИ по достоверному отражению социальной реальности в нынешних условиях становится все более востребованной.

И все же, какие источники массовой информации наиболее точно и достоверно, по мнению российских граждан, отражают сейчас обстановку в нашей стране? (табл. 3).

Таблица 3

«Какие источники массовой информации наиболее точно и достоверно, по Вашему мнению, отражают сейчас обстановку в нашей стране?», %

Источники СМИ	
Центральное телевидение	42
Местное телевидение	20
Зарубежное телевидение	11
Центральное радио	16
Местное радио	10
Зарубежное радио	7
Центральная печать	19
Местная печать	13
Зарубежная печать	6
Интернет	24
Затруднились ответить	30

Лидером "борьбы за правду" с большим отрывом стало центральное телевидение (42%). Быстро поднимается Интернет. Он уже на втором месте. Далее следуют местное телевидение (20%), центральная печать (19%), центральное радио (16%), местная печать (13%), зарубежное телевидение (11%), местное радио (10%), зарубежное радио (7%), зарубежная печать (6%).

Как известно, дисфункции СМИ ведут к усилению потоков циркулирования недостоверной информации, в частности, слухов. Как это происходит в наши дни в России? (табл. 4).

Примечательно, что характер частоты циркулирования слухов в последние 10—12 лет несколько изменился. Граждане стали реже (35% в 1992 г. и 27% в 2004 г.) встречаться со слухами ежедневно, но чаще — в течение месяца. Общее число граждан, которые встречаются со слухами, даже несколько увеличилось, что говорит об ухудшении работы СМИ в целом.

А какова структура слухов, циркулирующих в межличностном общении и в каналах СМИ? (табл. 5).

Как видно, произошло многократное увеличение слухов о людях и событиях в мире искусства, шоу-бизнеса (с 7 до 53%), о происшествиях в городе, местности, где проживают респонденты (с 18 до 55%). Увеличилось

Таблица 4

«Приходится ли Вам в повседневной жизни сталкиваться со слухами, непроверенной недостоверной информацией?», %

Варианты ответов	Август 1992	Декабрь 2004
Да, практически ежедневно	35	27
Да, 1—2 раза в неделю	13	19
Да, 1—2 раза в месяц	16	26
Нет, со слухами, недостоверной информацией не сталкиваюсь	9	6
Затруднились ответить	27	22

Таблица 5

«С какими слухами Вам чаще всего приходится сталкиваться?», %

Слухи	Август 1992	Ноябрь 1995	Декабрь 2004
О политике и политиках	31,3	30	53
Об экономике	43	27	42
О национальных отношениях	16	9	23
О людях и событиях в мире искусства, шоу-бизнеса и т. п.	7	14	53
О событиях неразгаданных и таинственных: "летающих тарелках" и парапсихологии, астрологии и колдовстве и т. п.	18	9	23
О происшествиях в городе, местности, где Вы живете	18	41	55
Какими-либо еще	1	0	3

количество слухов о национальных отношениях (с 16 до 23%), о событиях неразгаданных и таинственных, "летающих тарелках", парапсихологии, астрологии (с 18 до 23%). На том же, как 12 лет назад, уровне частоты циркулируют слухи об экономике.

Структура и динамика полученной информации позволяют сделать вывод о том, что российское общество переживает феномен массовых слухов. В своем первоначальном виде слух выступает как "молва, известие о ком-чем-нибудь, обычно еще ничем не подтвержденное" [1]. Времена кризиса представительных форм демократической культуры и сопутствующие этим временам масштабные кампании дезинформации восстребовали слух именно в форме изначально недостоверной информации, которая выдается за достоверную с целью манипулирования массовым сознанием. В этой функции слух уже выступает не как феномен межличностного общения, а как инструмент СМИ. Появление рубрик "Слухи" в прессе, теле- и радиопередачах, интернет-сайтах говорит о том, что на этот феномен возложена

особая задача "впаривания" аудиторией недостоверной информации с целью манипулирования ею. Если еще недавно в общественном сознании слух как вид информации, как правило, нес на себе печать недостоверности, неправды, то в современных условиях многие СМИ стараются подать и использовать слухи как информацию особой, исключительной, "эксклюзивной" достоверности. Сегодня с известным допуском можно говорить о том, что усилиями СМИ ложные слухи в целях манипуляции обществом должны исполнять роль правды. Это тем более легко сделать, так как в условиях дозирования информации рядом с ложными слухами циркулируют слухи подтверждающиеся — правдивые. Манипуляция заменяет социально эффективное управление, дезинформация — информацию, ложный слух — правду и истину.

В условиях нерегулируемых государством рыночных отношений слух принимает на себя функцию товара. Он продается и покупается. Его потребительная стоимость переносится на объект слуха. Специализирую-

щиеся на слухах PR-специалисты продумывают и осуществляют через СМИ, особенно телевидение, кампании распространения ложных слухов-скандалов. Скандалы и ложные слухи стали локомотивами успеха не только в шоу-бизнесе, рекламе, но и в политике, экономике, других сферах деятельности.

Социополитические последствия распространения феномена ложных слухов разрушительны и глубоко аморальны. Ложь, вымысел, полуправда не могут лежать в основе деятельности институтов социального и политического управления. Слишком велики и зачастую трагичны издержки. Но именно в сторону распространения недостоверной информации произошел, как показывает социология, перекося деятельности большин-

ства российских СМИ. Последствия такой ситуации известны. Жизнь не может стоять на лжи. Она будет искать другую опору своего бытия. В том числе опору политическую.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ожегов С. И. Словарь русского языка: Ок. 57000 слов / Под ред. чл.-корр. АН СССР Н. Ю. Шведовой. 19-е издание, испр. М., 1987. С. 597.

Victor K. Levashov in "Mass Media and Rumors" speculates on the attitude of the public towards mass media. The survey is part of the national project - "How are you, Russia?" - carried out by the Institute for Complex Social Studies of the Russian Academy of Sciences, and the fieldwork was finished in December 2004. The polls helped to measure the trust of the Russians to the materials broadcasted and published by the Russian media. Another aspect was to understand the reasons and sources for dissemination of false information and rumors.

Ахим фон Киршхофер НАСЕЛЕНИЕ СТРАН ЕВРОПЫ О ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЕ

Юбилейный год весьма богат свидетельствами очевидцев и документами о Второй мировой войне. Они обращены преимущественно к решающим историческим событиям либо касаются субъективных переживаний рассказчика. И очень редко исследуется вопрос о том, какое место занимают кровавые события, разыгравшиеся более 60 лет тому назад, с точки зрения сегодняшнего поколения, какие сохранились о них конкретные знания, а также о том, какие выводы из этих исторических событий сделали для себя потомки враждовавших некогда наций. Институты ИМАС в Австрии, Венгрии, Польше, Чехии и Германии вместе со своими партнерами в России (ВЦИОМ), Украине (ДИАЦ) и Словении (РМ-ПЛЮС) попытались найти ответы на

эти вопросы в сравнительных репрезентативных опросах.

Основанная на 10 000 интервью демокопическая инвентаризация исторического сознания даёт обширный материал, мы публикуем здесь в сжатой форме главные впечатления.

Прежде всего следует осознать, что разные страны пострадали от войны в разной степени, и, следовательно, имеют разный семейный исторический опыт. Так, например, семей, изгнанных с родины, насчитывается на Украине 26%, в России — 19%, в Германии — 14%, в Польше — 9%, в Венгрии и Словении — 8%, в Австрии — 7%, в Чехии — только 5%.

КИРШХОФЕР Ахим фон — руководитель бюро ИМАС-Интернешнл в Германии.