

БАГИРОВ Борис Борисович - кандидат философских наук, заведующий кафедрой социально-политических наук Уральского государственного университета. КОВАЛЕВА Маргарита Михайловна - доктор философских наук, заведующая кафедрой истории печати факультета журналистики того же университета.

В последнее время проблемы "власть и СМИ", "политика и журналистика" активно обсуждаются политологами, социологами и журналистами. Социология СМИ - сравнительно молодая у нас отрасль исследований. Хотели бы отметить ряд вопросов, нуждающихся в анализе.

Сегодня мы становимся свидетелями утраты доверия к СМИ. В определенной мере происходит ограничение их влияния. В ходе последней политической кампании по выборам в Госдуму Агентство региональных политических исследований опубликовало данные о результатах исследования на тему, кому доверяет общество. Свыше половины респондентов ответили, что не доверяют никому, по шесть процентов доверия имеют церковь и СМИ.

Агитация против или критическая информация, публикуемая СМИ, является не только законной (предусмотренной законом), но и необходимой для проведения действительно свободных и демократических выборов. Виды и формы негативной информации имеют различный уровень достоверности, разную степень объективности (субъективности), разную меру соответствия нормам закона и морали. В практике проведения предвыборной агитации в России наряду с достоверной критической информацией все чаще и чаще используется явно недостоверная информация негативного плана. Не случайно для ее характеристики нередко используются термины "грязные технологии", "черный PR", а также термин, взятый из арсенала сталинской эпохи, — "компромат".

Объем негативной информации в СМИ достиг к настоящему времени "критической массы". Нарастание приводит к необратимым изменениям в политической культуре российского общества, которая все больше превращается в культуру перманентного политического скандала.

О достаточно широком распространении негативной информации свидетельствуют данные социологического исследования Уральского государственного университета, которое проводилось в ноябре - декабре 1999 г. ($N = 495$). Опрос избирателей города показал, что 71,1% респондентов уже приняли решение о своем отношении к выборам главы города, из них 16,2% не собираются участвовать в голосовании. Выяснилось, что за нежеланием участвовать в голосовании стоят вполне осознанные и достаточно серьезные мотивы: 47,6% опрошенных считают, что выборы главы города ничего не изменят в жизни города; 34,1 не пойдут голосовать потому, что утратили доверие к власти; 31,7 не верят в достоверность результата подсчета голосов; 20,7 считают, что среди выдвинутых кандидатов нет достойных; 7,3 ответили, что на их решение не участвовать в голосовании повлияло чрезмерное количество негативной информации в СМИ.

Высказывается мнение: пресса становится "социально опасной" для общества, она ориентирована на власть (государственную, финансовую, политическую) и обслуживает ее интересы, а не интересы общества (Российская газета, 17 декабря 1997 г.), рекомендуются даже "правила информационной безопасности", смысл которых состоит

в том, чтобы "дистанцироваться" от журналиста, не "доверять" СМИ, требовать от них "прозрачности" и, в частности, публиковать источники финансирования издания или телерадиоканала.

Кризисное состояние общественного сознания, которое характерно для переходного периода, невозможно ликвидировать без определенной государственной политики в области СМИ. Предвидим возражения возможных оппонентов: в России свобода слова зафиксирована в Конституции, выработано и действует законодательство в области СМИ, любое вмешательство в деятельность СМИ недопустимо и т.д. Речь должна идти о другом. Закон о средствах массовой информации нередко провоцирует всякого рода нарушения принципа свободы слова. Например, ч. 1 ст. 3, где говорится о недопустимости цензуры. По ее смыслу, под цензурой понимается лишь "требование ... предварительно согласовывать сообщения и материалы (кроме случаев, когда должностное лицо является автором или интервьюируемым), а равно наложение запрета на распространение той или иной информации". Зададим вопрос - а после публикации формы административного или финансового давления допустимы?

Начиная с середины девяностых годов в США ведутся серьезные исследования в области так называемой общественной журналистики. Этим термином обозначается особый тип журналистской деятельности, ориентированный на воспитание гражданской позиции, побуждение сограждан к участию в политической деятельности, выработке социально значимых решений. Отечественная журналистика и социология вполне могут также объединить свои усилия в этом направлении.