

Анна КАРПОВА

ИНФОРМАЦИОННАЯ АНОМИЯ: ВЫБОР НА ГРАНИ ФОЛА

В статье представлен анализ информации, оказывающей влияние на развитие аномии как процесса, который ведет к кризису публичной политической коммуникации. Автор определяет основные причины, индикаторы и маркеры информационной аномии в России, прослеживая динамику роста аномии, тенденции развития коммуникационных отношений в системе «власть – общество» на протяжении трех последних десятилетий, опираясь на то, как доминирующие в обществе субъекты регулируют производство и распространение общественно-политических идей.

This paper presents the analysis of information that influences on the development of anomie as a process leading to the crisis of public political communication. The author identifies the main causes, indicators and markers of information anomie in Russia by tracing the dynamics of growth of anomie, of the development trend of communication relations in a power-society system during the last three decades; the author bases on the way how dominant social actors regulate the production and distribution of social and political ideas.

Ключевые слова:

информационная аномия, индикатор, информационный конформизм, конформизм страха, конформизм авторитета, этатизм, гетто свободных мнений; *information anomie, indicator, informational conformism, conformism of fear, conformism of authority, etatism, ghetto of free opinions.*

Большинство людей никогда не проявляют инициативу, потому что им никто об этом не сказал¹. Эта фраза написана на стене одного из зданий в Лондоне скандально известным райтером и политическим активистом Бэнкси (*Banksy*), чья личность и анонимность творческих проектов на сегодняшний день являются предметами спора во всем мире. По нашему мнению, эта его фраза наиболее точно отражает суть информационной аномии поля политики в современной России. Она является как маркером информационной аномии, так и ее эффектом.

Мы полагаем, что информационная аномия – это процесс, при котором сообщение, имеющее определенный смысл, в момент передачи информации искажает, замещает или теряет этот смысл, создается множественность вариантов понимания, что приводит к имитации реального смысла, иллюзии реальности.

В современном обществе, находящемся в состоянии кризиса, люди становятся все более зависимыми от информации. Информационная аномия проявляется в разрыве коммуникативно-информационного взаимодействия в системе «государство – СМИ – общество».

В научной литературе социальная информация определяется как «комплекс знаний о состоянии и взаимодействии различных институтов общества, о связи реальной деятельности людей с развитием их сознания и обратном воздействии общественного сознания на общественную практику»².

Информационная аномия имеет следующие характерные особенности.

1. Системное нарушение взаимодействия между властью и обществом, которое проявляется в том, что информационные послания, доходя до адресата, порождают совершенно иной – неожиданный, непредсказуемый, не планируемый эффект. Изменяется характер взаимоотношений власти и общества, при котором несовпадение приоритетов, идеологии, интересов разных групп влияния по ключевым социальным и политическим вопросам создает ситуацию

¹ A lot of people never use their initiative because no-one told them to. See: Wall and Piece (Century), by Banksy, 2006, ISBN 1-84413-787-2, p. 19.

² Российская социологическая энциклопедия. – М.: НОРМА-ИНФРА, 1998, с. 170.

КАРПОВА

Анна

Юрьевна –

к.соц.н., доцент

кафедры философии

Национального

исследовательского

Томского

политехнического

университета

belts@tpu.ru

недоступности обратного влияния со стороны общества на власть.

2. Средства массовой информации, транслируя социальную информацию, становятся генератором аномии. Информационные потоки в пространстве политической коммуникации оказывают деструктивное влияние на общество.

3. СМИ не выполняют свои функции. В первую очередь, речь идет об информационной функции. Информация, поступающая от властных источников, расходится с сообщением, передаваемым через СМИ, т.е. фактом. Комментарий — это понимание, то есть то, что следует за сообщением и будет оказывать влияние на сознание аудитории. Дисфункция выражается в смешении информации-сообщения-понимания. Факт не отделяется от его интерпретации. Различение информации и сообщения не происходит, в результате чего понимание напрямую зависит от трансформированного истолкования информации. «Только вникая глубже в психологию масс, можно понять, до какой степени сильна над ними власть внутренних идей. Толпами нельзя руководить посредством правил, основанных на чисто теоретической справедливости, а надо отыскивать то, что может произвести на нее впечатление и увлечь ее»¹.

Индикатором информационной аномии в современном российском обществе является трансформация смысла средствами массовой информации. «Реальность поэтому есть всего лишь индикатор для успешных проверок связности и последовательности в системе. Реальность вырабатывается внутри системы через придание смысла»². В результате данного процесса последствия коммуникации невозможно спрогнозировать.

Причина информационной аномии заключается в том, что массовое сознание граждан не подготовлено средствами массовой информации и поэтому не может адекватно реагировать на неконтролируемый поток информации и делать обоснованный выбор. Следствием является массовое распространение аномии в России, когда большинство граждан в условиях социального, экономического, политического кризиса не готово к принятию

и усвоению новых правил социальной жизни. Мы подчеркиваем, что отсутствие инициативы со стороны граждан является следствием проявления аномии в поле публичной политической коммуникации. Одним из ключевых эффектов воздействия информации является реакция со стороны получателя информации, которая может выражаться как в форме принятия, так и в форме неприятия информации. Информация может способствовать приобщению человека к общественно-политической жизни, социальной защищенности в самом широком смысле. Информация может служить и основой построения в обществе интолерантного, пассивного поведения.

В 1960-х гг. американский психолог Джордж Гербнер исследовал воздействие телевизионной информации на аудиторию. Впоследствии он разработал модель, которая легла в основу теории культивирования (*cultivation theory*). В рамках данной теории описано, как сконструированная с помощью телевизионной информации реальность может формировать мнение, влиять на убеждения и поведение людей. Результатом влияния телевидения на аудиторию становится изменение представлений о мире и социальной реальности в массовом сознании. Конструктивным положением теории является идея унификации (*mainstreaming*), которая заключается в том, что взгляды различных людей в результате телевизионного воздействия направляются в одно русло, сконструированный мир заменяет реальный. Дж. Гербнер отмечал, что «информационная индустрия телевидения... смазывает (*blurs*) традиционные различия в мировоззрении людей, смешивает (*blends*) их частные представления в культурном потоке и связывает (*bends*) эту новую реальность со своими собственными институциональными интересами и интересами своих спонсоров»³.

Телевидение, оставаясь на сегодняшний день самым влиятельным из средств массовой информации и одним из эффективных инструментов формирования публичной политической коммуникации, культивирует посредством передачи

¹ Лебон Г., Тард Г. Психология толп. — М.: Ин-т психологии РАН, КСП+, 1998, с. 130.

² Там же, с. 16.

³ Gerbner G. [and others]. Cultural Indicators: Violence Profile No. 9 // Journal of communication, 1978, № 28, p. 178.

информации не только образ мира, но и социальные ценности и нормы¹.

Основополагающим принципом изменений в социально-политической сфере жизни российского общества стала коммерциализация всех СМИ и телевидения в частности. Проследить динамику роста аномии в России, тенденции развития коммуникационных отношений в системе «власть – общество» можно посредством изучения того, как на протяжении трех последних десятилетий доминирующие в обществе субъекты регулируют производство и распространение общественно-политических идей.

На рубеже 1980-х гг. основные каналы вещания в России находились под жестким контролем властной цензуры, имели четкий регламент и границы подачи информации. Тоталитарное советское государство характеризуется отсутствием открытого публичного пространства, доступа к альтернативным источникам информации, ограниченностью каналов коммуникации. Гиперболизация в СМИ авторитета центральной власти, патернализм «по умолчанию» проявлялись в том, что граждане, публично выражая удовлетворенность существующей властью, создавали другое информационное поле в пространстве приватной сферы. Неформальным каналом выражения общественного мнения становились слухи, которые могли дать богатую информацию о господствующих в ней представлениях, ожиданиях, о степени доверия к власти и СМИ. Следует отметить, что слухи, которые циркулируют в народе, более информативны, чем телевизионные сюжеты. Это постоянно действующая, неофициальная, самостоятельная система интерпретации событий. Слухи – это «тайный шепот широких масс, формирующий общую духовную атмосферу в обществе, против которой бессильны как система массовой информации, так и самые крайние методы массового террора»². Находясь вне зоны влияния со стороны власти и СМИ, слухи послужили мощным зарядом для роста

аномии как реакции на происходящие изменения.

В 1990-х гг. российское общество находилось под влиянием радикальных политических трансформаций, связанных с переходным процессом «постсоветского периода». Изменения коснулись и законов, регулирующих информационную деятельность. Новая власть стремилась хотя бы частично сохранить прежнюю монополию в сфере информации, скрывая это стремление с помощью новой риторики. Реорганизация внутренних медийных структур, медийного пространства и информационной политики достигалась путем соглашений между внутренними участниками информационного процесса. При этом произошло отграничение отдельных участников коммуникационного процесса. Монополизация властью как СМИ, так и всего поля публичной политической коммуникации происходила при относительной пассивности граждан (автономности приватного сегмента). В обществе, «ушибленном» реформами 1990-х гг., при помощи СМИ были в корне разрушены правовые, культурные, хозяйственные основы. Монополизация властью политических и идеологических взглядов с навязыванием новых взамен старых, искажение фактов и сведение личных политических счетов на экране телевизора стали причинами появления информационной аномии.

Суть перемен, происшедших в поле публичной политической коммуникации, можно обозначить следующими значимыми фактами:

– демократизация осуществлялась с помощью СМИ;

– доминирующие политические субъекты очень быстро установили контроль над СМИ;

– установив контроль над СМИ, они стали использовать их в политической борьбе.

Переход к гражданскому обществу сопровождался ломкой информационно-коммуникационной инфраструктуры, в которой наметилась негативная тенденция – из позиционируемого образа «четвертой власти» СМИ в сознании россиян превратились в пиарщиков сомнительной заказной, развлекательной информации. Под влиянием социально-экономических преобразований складывался и усиливался рыночный характер взаимоотноше-

¹ Мешерякова Н.Н. Роль СМИ в конструировании ценностных основ солидарного общественного существования // Вестник Челябинского государственного университета. Сер. Философия. Социология. Культурология, 2012, № 35(289), вып. 28, с. 23–28.

² Ахиезер А.С. Россия: критика исторического опыта. – М., 1991, т. 3, с. 339.

ний между СМИ и властью. В результате СМИ попали в зависимость от социальных институтов и социальных групп, обладающих финансовыми и административными ресурсами, имеющими определенные политические интересы и получающие тем самым возможность использовать информационную политику для достижения собственных целей. Телевидение, как одно из самых действенных СМИ, постепенно стало выстраивать свое собственное информационное, политическое поле, жестко очерчивая демаркационную линию, постепенно устранив критическую рефлексию, любую оппозиционность и любой негатив.

«Свободные» 1990-е гг. ознаменовались хлынувшим на телеэкраны потоком «открытой» информации. Неконтролируемый поток информации внес хаос и смятение в общество. Пресса считала себя независимой по тому простому определению, что писала и снимала то, что хотела.

Рубеж «свободы прессы» был перейден в начале нулевых годов, когда под руководством нового президента включился административный ресурс — доминирующая партия стала срастаться с властными структурами, финансовыми олигархами. Началось «вторжение», которое привело к существенному изменению в деятельности СМИ. «Свобода» закончилась, теперь заказные материалы стали создаваться журналистами не только за деньги, но и по указанию «сверху». Причем это не означало «откат» к советскому строю. Вертикаль власти выстраивала свою политику контроля и влияния на информационные потоки через финансовое давление (это касалось государственных СМИ), через лицензирование частных каналов вещания. Вот тогда и произошел «закат» свободной трансляции информации и построения публичного политического поля в подконтрольном пространстве.

Публичное пространство изначально, по природе своей, архетипизировано. Глубинная сила архетипизированного политического сознания реконструирует «костяк» нашего политического общества, консервативного не по форме, а по содержанию. Синдром априорного доверия к официальным источникам сегодня проявляется все отчетливее. Под тонким слоем кажущейся свободы, критичности, оппозиционности и остроты

проявляются модели газеты «Правда» и Центрального канала телевидения — они и только они являлись декларантами политики. Им все верили или не верили, но читали и смотрели. Слушали передаваемые в народе слухи, обсуждали их «на кухне», но придерживались «официальной» точки зрения. Наиболее ярким признаком архаичности публичного поля является этатизм — подсознательное представление о примате государства не только в отношении всех сторон жизни, но и в смысле конечного ориентира («государству выгодно»).

Этатизм, в частности, проявляется и в предсказуемом выборе между неконтролируемой свободой и контролируемой несвободой. Одной из причин сегодняшней аномии в российском обществе является то, что граждане не хотят ломки того, что есть, хотя все хотят жить лучше. Никто не хочет перемен, потому что устали от них. 1990-е гг. принесли много разочарований. Те, кто помнят эту эпоху перемен, понимают, что можно потерять, и боятся любых изменений.

Выражая общественное мнение, телевидение в идеале должно разрывать границы информационного поля, занимаясь не просто информированием, а формированием определенных взглядов, убеждений, системы ценностей. На деле функциональная взаимосвязь социального института телевидения с политическим институтом власти осуществляется через реализацию целей субъектов власти. В процессе построения политической коммуникации данная роль фактически сводится к выполнению функции воспроизводства информации, идущей от властных источников, исчезает контроль за действиями властных структур и система защиты интересов граждан, аудитория не имеет возможности влиять на политические процессы.

ТВ на самом деле идет по пути удовлетворения потребностей аудитории, заполняя большую часть эфирного времени развлекательными программами, препятствуя развитию реального критического мировоззрения и рационализированной рефлексии в обществе. В этой связи политическая журналистика как феномен формирования социально-политической ориентации находится на сегодняшний день на грани исчезновения с телеэкрана. Аномия в сегодняшнем российском обществе проявляется через информационный

конформизм, конформизм авторитета и конформизм страха.

Информационный конформизм — это отсутствие у индивида возможности формировать собственное мнение вследствие отсутствия информации, в силу чего человек вынужден идти на поводу у навязанного ему мнения.

Конформизм авторитета подразумевает принятие человеком мнения группы или личности, которая конкретно для него ассоциируется с авторитетом говорящего как потенциального и наличного объекта делегирования. В таких случаях авторитет персонифицированной власти оказывает на массовое сознание «гипнотическое» влияние.

Конформизм авторитета применим не только к конкретному человеку, но и к СМИ в целом, т.к. ТВ и другие СМИ также являются носителями авторитета. Механизм дезинтеграции общественного мнения запускается посредством сознательного манипулирования.

Конформизм страха является иллюстрацией того, как отдельно взятый человек может в одночасье оказаться «антиавторитетом», стать предметом пересудов, злорачества, осуждения. Такое выпадающее за рамки привычных стереотипов поведение и постановка проблемы вызывает социальный страх как на субъективном, так и на интерсубъективном уровне, вызывая в обществе ощущение зыбкости, принципиально возможной изменчивости ситуации и, как следствие, ощущение незащищенности.

Телевидение сегодня персонифицирует социальные и политические противоречия, представляя их не как столкновение социальных интересов (страт, локальных групп), а как столкновение персонифицированных интересов власти (политических лидеров, чиновников, крупных собственников), находящихся на различных ступенях вертикали власти и в ее различных сегментах. Рейтинг и деньги решают релевантность (уместность) того или иного политика, финансовой группы и др.

Тотальность поступающих из внешнего мира информационных предложений привела сегодня к тому, что участники коммуникационного процесса стали демонстрировать избирательность в выборе информации. Но при этом телевидение имеет возможность созна-

тельно нивелировать оценки, искажая информационный контекст. Условно всю аудиторию можно разделить на «рефлектирующих» и «обывателей». Разница между образованной частью аудитории (рефлектирующей) и обывательской заключается лишь в том, кто и как делает выбор и оценивает одну и ту же информацию. По мнению С. Кара-Мурзы, одним из главных источников аномии в современной России является ложь элиты: «принципиальный дефект той мировоззренческой структуры, на основе которой производилось целеполагание реформ, — этический нигилизм, игнорирование тех ограничений, которые “записаны” на языке нравственных ценностей... элита присвоила себе право на ложь. И дело не только в этике: общество, где утверждено такое право, слепо. Оно не видит реальности, и с каждой ложью в нем слепнут и поводыри»¹. В данной ситуации СМИ трансформируются из «криэйторов» мнений в «проводники», элиминируя любую рефлексию и замещая ее идеологической риторикой. Голоса «рефлектирующих» тонут в потоке массивированной лжи.

Эффект (действенность) информационной аномии проявляется в том, что граждане перестают считать власть и средства массовой информации теми институтами, которые по своим функциональным задачам призваны отстаивать их интересы. Система массового коммуникативного взаимодействия, призванная создавать общество социального согласия, политической стабильности, демократического участия всех субъектов федерации в процессе построения гражданского общества, на деле оказывается неспособной эти интересы защищать.

Большинство людей никогда не проявляют инициативу, потому что, руководствуясь мнением «проводников», подменяющих смысл информации, осуществляют свой выбор на грани ошибки (на грани фола). Аномия как маркер кризиса публичной политической коммуникации ведет к тому, что «ничто не может вернуть нам тех иллюзий, которые она рассеяла»².

¹ Кара-Мурза С.Г. Аномия в России: причины и проявления. — М.: Научный эксперт, 2013, с. 144.

² Лебон Г., Тард Г. Психология толп. — М.: Ин-т психологии РАН, КСП+, 1998, с. 129.