

**Самулев А.А.**

## **КОММУНИКАЦИОННАЯ СРЕДА И ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО**

В качестве своеобразного эпиграфа к докладу сделаем краткий исторический экскурс. В 1900 году мировая общественность переживала некоторую эйфорию, связанную с успехами научно-технической революции и надеждами на процветание в новом веке. В частности, это выразилось в подписании ведущими странами на всемирном форуме в Версале декларации, провозглашающей идеалы мира и гуманизма. Однако XX век принес человечеству две мировые войны и стал самым кровопролитным за всю историю. Накануне третьего тысячелетия в мире царили похожие настроения, и в 2000 году на всемирной конференции, проведенной под эгидой ООН в Нью-Йорке, наступающий 2001 год был объявлен годом «Диалога цивилизаций». Какие ужасающие формы принял «диалог цивилизаций» в этом году в этом городе, мы знаем.

В свете сказанного представляется, что мы должны быть вдвойне ответственны и последовательны, когда речь заходит о благих намерениях. Это в полной мере относится и к вопросу построения гражданского общества в Украине.

И поэтому хочу поставить ряд вопросов, которые на первый взгляд могут показаться риторическими. Гражданское общество, к которому мы так стремимся, - всегда ли это благо? Имеет ли медаль с названием «светлое гражданское будущее» обратную сторону? Или, может быть, издержки на пути к нему будут слишком велики? И, наконец, какие именно элементы из модусов гражданских обществ каких государств мы хотим позаимствовать?

Прежде всего, как говорил Вольтер, определимся с терминологией. Для схематичного определения гражданского общества воспользуемся дефиницией, предложенной на пленарном заседании в докладе А.Д. Шоркина. Общество, в котором социум контролирует власть, можно назвать гражданским.

Пойдем индуктивным путем: приведем несколько примеров государств, общество которых можно считать в большой степени гражданским, а затем попробуем выяснить, какие именно модусы или их элементы приемлемы для Украины. А то в последнее время у нашей страны политика настолько многовекторная, что напрашивается аналогия с Лебедем, Раком и Щукой.

Тоталитарное общество, будь то советского, северокорейского или другого типа, трудно назвать гражданским по определению. По этой причине мы не станем детально на них останавливаться. Далее для анализа можно представить страны, которые традиционно носят для Украины референтный характер. Это Россия, а в последние годы и Польша.

Отметив, возможно, более эффективное проведение реформ в этих государствах, приходится все же признать, что за идеал гражданского общества их принять нельзя, – слишком заметны в них еще постсоветские анахронизмы.

При рассмотрении американского модуса гражданского общества, достаточно полно освещавшегося в докладах на пленарном заседании, внимание привлекают особенности и структура коммуникационной среды общества. Вне зависимости от того, называют ли американскую идеологическую систему «молчаливой пропагандой» или еще эмоциональней – «информационным фашизмом», суть остается той же: американское государство преуспело в технике манипуляции общественным сознанием. Правительство США входит в число 20 ведущих рекламных агентств страны, соперничая по расходам с такими гигантскими корпорациями, как «Кока-Кола». Годовые расходы правительства на рекламу составляют 20 млн. долларов, что стало поводом для ироничного названия Вашингтона «Голливуд на Потомаке». Пропагандистские агенства «фабрики политических грез» тратят примерно 600 млн. долларов в год на производство фильмов и аудиовизуальных программ. Деятельность службы по связям с общественностью обходится государству в 400 млн. долларов в год. В настоящее время службы «паблик-

рилэйшнз» имеются практически во всех важнейших государственных ведомствах. Например, штат служащих-специалистов по вопросам информации и связей с общественностью Пентагона состоит из 1227 человек. Мощный аппарат по PR создан при конгрессе, а Капитолий имеет свою телерадиостудию и издательство [7, с. 511].

Такое внимание, уделяемое идеологии, основывается на фундаменте более чем шестидесятилетнего бурного развития PR, пропаганды и коммуникативистики (подавляющее большинство «отцов» науки, исследующей массовые коммуникации - американцы) в стране. Уже к 40-м годам прошлого века среди политологов и социологов США утвердилось представление об абсолютных возможностях средств массовой коммуникации в манипулировании общественным мнением. На американцев произвели сильное впечатление успехи, достигнутые коммунистическими идеологами в СССР и фашистскими идеологами в Германии. Отдельные же свидетельства тотальной дезинформированности людей в этих странах просто потрясли (выяснилось, например, что немецкие военнопленные считают Нью-Йорк разрушенным авиационными налетами, и, даже увидев своими глазами городские небоскребы, они не разуверились в геббельсовской пропаганде, а удивлялись предприимчивости американцев, сумевших так быстро восстановить разрушенное).

Коммуникации и сегодня оказывают определяющее влияние на сознание и поведение человека, в том числе и на его политическое поведение. Непосредственно влияя на содержательную направленность коммуникаций, информационная власть в США, да и во многих других странах, способна воздействовать на политическое поведение людей, побуждать людей к определенным действиям, определять их цели и содержание, предотвращать или блокировать возникновение неугодных, как правило, оппозиционных политических движений и протестов.

Для нашего же исследования актуален следующий вопрос: можно ли сегодня назвать американское общество гражданским? Если полагаться исключительно на данную в начале доклада дефиницию, то - да. Созданы эффективные рычаги контроля общества над властью, они неплохо смазаны и работают почти без сбоев. Однако зададимся еще одним вопросом: можно ли считать гражданским общество, если оно контролирует власть, но состоит из индивидуумов, чьи взгляды вылеплены этой властью? И если мы строим такое гражданское общество, то это еще вопрос, хотим ли мы его.

И, наконец, хотелось бы подбросить в топку дискуссии последний вопрос, поставленный еще шире. Возможно, власть, как элита (не в смысле «сливки общества», а в социал-дарвинистском понимании: люди, которые нашли в себе желание и силы оказаться на вершине социальной пирамиды), всегда будет идти на шаг впереди общества? Ведь рычаги управления всегда найдутся. Не тоталитарные, так пропагандистские, не административно-принудительные, так нейролингвистические и когнитивные. В таком случае придется признать, что гражданское общество – утопия.

На возражение о неограниченности возможностей манипуляции общественным сознанием сразу придется с сожалением ответить, что эффективность информационного манипулирования довольно высока и определяется процентом субъектов, поддавшихся внушению. Современная техника опросов позволяет приблизительно оценить этот процент, который, конечно, зависит от нескольких факторов - искусства программистов, интенсивности и продолжительности рекламы, характера внушаемой информации, психологического состояния и общей информированности адресатов, а также количества используемых альтернативных источников информации. Интерактивные телефонные опросы российских зрителей и слушателей, звонящих на станции, показывают, что нужные представления удается внушить довольно высокому проценту участников. Называются цифры от 60 до 75%. Более корректные социологические опросы, в которых пропорционально представлены все слои населения, дают меньший процент лиц, поддающихся внушению: до 30-40% всего взрослого населения. Примерно таков же

процент лиц, поддающихся внушению в медицинских экспериментах с лечением лекарствами-плацебо («пустышки») [5, с. 21].

Именно средства массовой информации (в первую очередь телевидение) во многом определяют характер и нового мирового геополитического порядка, способствуют его легитимизации в глазах избирателей. Именно СМИ, уделяя огромное внимание трагедии сотен тысяч албанских беженцев, сумели убедить общественное мнение на Западе в необходимости военной акции НАТО против Югославии весной 1999 года (так, в начале бомбардировок, по опросам, ее одобряли только 37-38% французов, тогда как к концу апреля уже до 70%) [5, с. 71]. На российское общественное мнение значительное влияние оказали просербские позиции российских правящих кругов и основной части масс-медиа. Ни те, ни другие вплоть до начала военных действий НАТО почти не уделяли внимания этническим чисткам в Косово, лишь немногие (причем далеко не самые популярные телеканалы и газеты) критиковали политику Милошевича. Лишь после резкого усиления потока беженцев из Косово в соседние страны информация о событиях стала более разносторонней и объективной.

Информационная власть обладает по сравнению с другими (экономической, социальной и административно-принудительной) властями рядом особенностей политического воздействия.

А. Незаметность влияния и, как следствие, отсутствие или относительно меньшее сопротивление ему со стороны реципиентов.

Б. Глобальность, быстрота и почти полная безграничность распространения. В современных условиях с помощью спутниковой связи и других технических средств информация может быть почти мгновенно передана в любой уголок земного шара.

В. Способность делать объектом рассмотрения любое общественное или личное явление. Делая достоянием общественности те или иные факты, соответствующим образом подбирая, оценивая и комментируя информацию, СМИ дают людям или организациям не только политическую, но и нравственную оценку, влияют на отношение к ним со стороны окружающих.

Г. Опосредование политического поведения людей. Современный человек получает политическую информацию чаще всего через СМИ и лишь на ее основе формирует собственные суждения, делает выводы, мотивирующие его действия [7, с. 556].

Информационные институты, и прежде всего СМИ, выступают сегодня не только необходимым передаточным звеном в сложном механизме политики, но и ее творцом. Как отмечает Н.Болыц, «вследствие того, что наши знания о реальности опосредованы СМИ, стало бессмысленным отличать отображение от отображенного явления... Что есть тот или иной политик или событие - это вообще можно понять лишь в их медиальной инсценировке. То, что реально происходит, становится общественным событием только через свое медиальное отображение». Как заметил крупнейший американский идеолог З. Бжезинский, средства коммуникации представляют собой третье поколение средств мирового господства [7, с. 153].

В заключение, хотелось бы вернуться к «риторическим» вопросам, поставленным в начале доклада, и предложить их к дискуссии в дискурсе вышесказанного. Остановившись лишь на одном из «побочных эффектов» панацеи гражданского общества (в его американском модусе), невозможно всесторонне осветить проблему. Однако этого достаточно, чтобы поставить акцент на неоднозначности выбора приемлемого для Украины модуса гражданского общества, а также ответственности и постоянной рефлексии на пути к нему.

### **Литература**

1. Алисов Н.В., Хорев Б.С. Экономическая и социальная география мира (общий обзор). - М.: Гардарики, 2000 - 704 с.

2. Замятин Д.Н. Национальные интересы как система «упакованных» политико-географических образов. // Политические исследования. - 2000. - № 1. - С. 78-81.
3. Замятина Н.Ю. Модели политического пространства.// Политические исследования, 1999. - № 4. - С. 40.
4. Здравомыслов А.Г. Релятивистская теория наций и рефлексивная политика // Политические исследования 1997. - № 4. - С.115-121.
5. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. - М.: Алгоритм, 2000.- 713 с.
6. Мартынов В.Л. Коммуникационная среда как объект географических исследований. // География и природные ресурсы. - 2000. - № 2. - С. 5-10.
7. Почепцов Г.Г. Информационные войны. - М., 2000 - 683 с.
8. Чугров С.В. Этнические стереотипы и их влияние на формирование общественного мнения. // Политические исследования. - 1993. - № 4. - С. 41-53.